

Lời của người biên tập

Chào mừng các bạn đến với phần I trong cuốn sách [Nguyên tắc cho người đánh giá kết quả tìm kiếm](#) (trang 5 – 82) do Google xuất bản. Tài liệu bạn đang đọc là bản dịch tiếng Việt *không chính thức* từ bản tiếng Anh gốc của Google.

Mặc dù tài liệu này không nói gì nhiều về SEO, nhưng tôi đánh giá nó là một trong các ấn phẩm SEO quan trọng nhất và cũng rất hữu ích trong các nhiệm vụ liên quan đến đánh giá chất lượng nội dung trên web. Nội dung bản dịch cố gắng giống như nguyên bản hết sức có thể. Người biên tập có bổ sung thêm thông tin cho dễ hiểu khi cần thiết, nhưng có chú thích rõ ràng để phân biệt với nội dung gốc, ví dụ “Chú thích ngoài bản gốc:..” hoặc thường là để nội dung thêm vào trong 2 dấu ngoặc { liên tiếp như thế này: {{Nội dung ngoài bản gốc:..}} hoặc {{Chú thích của người biên tập:..}}.

Độc giả vui lòng đọc tài liệu hướng dẫn này từ đầu cho dễ hiểu, vì các phần sau có nhiều từ viết tắt, và có kế thừa nhất định từ phần trước. Tài liệu này có thể được sao chép mà không cần hỏi ý kiến của tôi, nhưng vui lòng giữ nguyên không chỉnh sửa cũng như thông báo cho người đọc của bạn biết rằng đây là *bản dịch không chính thức*, để tránh bất kỳ hiểu lầm nào rằng cuốn sách này là phiên bản tiếng Việt chính thức của Google.

Lưu ý: bản dịch đã được kiểm tra, rà soát để hạn chế sai sót, nhưng thật khó để đảm bảo nó chính xác 100%. Độc giả vui lòng đối chiếu với nội dung gốc tiếng Anh khi cần thiết (ở đường link trên). Bất kỳ ý kiến đóng góp, đề xuất cách dịch tốt hơn xin gửi vào email: guiemailchotoi@gmail.com, người biên tập rất cảm ơn.

Người biên tập: Nguyễn Đức Anh. Phiên bản trực tuyến của ebook này có thể tìm thấy trên website kiencang.net (vào mục SEO, tìm đến tag EEAT).

Xin lưu ý lần cuối, chỉ có bản tiếng Anh là tài liệu chính thức từ Google. Cuốn này là bản dịch tiếng Việt không chính thức.

Mục lục

[Lời của người biên tập](#)

[Giới thiệu về Đánh giá chất lượng tìm kiếm](#)

[0.0 Trải nghiệm tìm kiếm](#)

[0.1 Mục đích của Đánh giá Chất lượng Tìm kiếm](#)

[0.2 Người xếp hạng phải đại diện cho mọi người ở vùng địa lý mà họ cần đánh giá](#)

[0.3 Yêu cầu về trình duyệt](#)

[0.4 Tiềm ích chặn quảng cáo](#)

[0.5 Thông tin An toàn Internet](#)

[0.6 Vai trò của các ví dụ trong Hướng dẫn này](#)

[Phần 1: Tổng quan về hướng dẫn chung](#)

[1.0 Giới thiệu về Đánh giá chất lượng trang](#)

[2.0 Hiểu trang web và website](#)

[2.1 Định nghĩa quan trọng](#)

[2.2 Hiểu mục đích của một trang web \(webpage\)](#)

[2.3 Chủ đề về tiền bạc hoặc liên quan mật thiết đến cuộc sống của bạn \(YMYL\)](#)

[2.4 Hiểu nội dung trang web](#)

[2.4.1 Xác định nội dung chính \(MC\)](#)

[2.4.2 Xác định nội dung bổ sung \(SC\)](#)

[2.4.3 Xác định phần nội dung quảng cáo/kiếm tiền \(Ads\)](#)

[2.4.4 Tóm tắt các phần của trang](#)

[2.5 Hiểu website](#)

[2.5.1 Tìm trang chủ](#)

[2.5.2 Tìm xem ai là người chịu trách nhiệm về Website và ai đã tạo nội dung trên trang](#)

[2.5.3 Tìm kiếm các thông tin như: về chúng tôi, liên hệ và dịch vụ khách hàng](#)

[3.0 Đánh giá chất lượng trang trên tổng thể](#)

[3.1 Cần nhắc đánh giá chất lượng trang](#)

[3.2 Chất lượng của nội dung chính](#)

[3.3 Danh tiếng của Website và Người sáng tạo Nội dung](#)

[3.3.1 Danh tiếng của website](#)

[3.3.2 Đánh giá của khách hàng cũng được coi là thông tin về danh tiếng](#)

[3.3.3 Cách tìm kiếm thông tin danh tiếng về một website](#)

[3.3.4 Danh tiếng của người sáng tạo nội dung](#)

[3.3.5 Bạn phải làm gì khi tìm thấy thông tin không có uy tín](#)

[3.4 Kinh nghiệm, Chuyên môn, Thẩm quyền và Tin cậy \(E-E-A-T\)](#)

[3.4.1 Chủ đề YMYL: Kinh nghiệm hay Chuyên môn?](#)

[4.0 Trang có chất lượng thấp nhất](#)

[4.1 Các loại trang có chất lượng thấp nhất](#)

[4.2 Có hại cho bản thân hoặc cá nhân khác](#)

[4.3 Có hại cho các nhóm người cụ thể](#)

[4.4 Thông tin sai lệch có hại](#)

[4.5 Các website hoặc trang không đáng tin cậy](#)

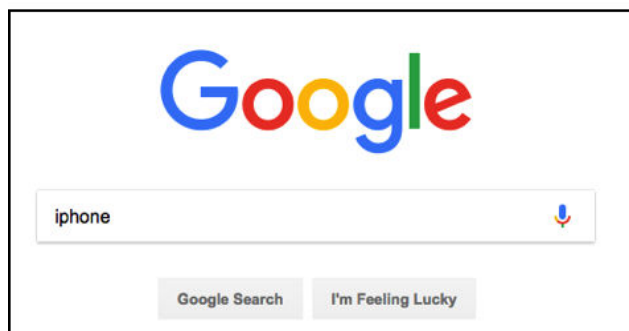
- [4.5.1 Thông tin không đầy đủ về Website hoặc Người tạo nội dung cho mục đích của Trang cũng không có thông tin rõ ràng](#)
- [4.5.2 E-E-A-T thấp nhất và danh tiếng thấp nhất của website hoặc của người tạo nội dung](#)
- [4.5.3 Mục đích trang lừa đảo và thiết kế MC lừa đảo](#)
- [4.5.4 MC bị cố tình cản trở hoặc che khuất](#)
- [4.5.5 Hành vi nghi ngờ là nguy hiểm](#)
- [4.6 Các trang web spam](#)
 - [4.6.1 Không xác định được mục đích, không có MC, MC quá ít, hoặc MC kém chất lượng nhất](#)
 - [4.6.2 Các trang bị tấn công, phá hoại hoặc bị spam](#)
 - [4.6.3 MC được tạo tự động](#)
 - [4.6.4 Sao chép MC không có giá trị gia tăng](#)
 - [4.6.5 Cách xác định xem nội dung có bị sao chép hay không](#)
- [4.7 Ví dụ về các trang có chất lượng thấp nhất](#)
- [5.0 Trang có chất lượng thấp](#)
 - [5.1 Thiếu E-E-A-T](#)
 - [5.2 Nội dung chính có chất lượng thấp](#)
 - [5.3 Quảng cáo/SC gây mất tập trung](#)
 - [5.4 Danh tiếng tiêu cực ở mức độ nhẹ của Website hoặc Người tạo nội dung](#)
 - [5.5 Lượng thông tin không thỏa mãn về Website hoặc Người tạo nội dung](#)
 - [5.6 Ví dụ về các trang có chất lượng thấp](#)
- [6.0 Trang có chất lượng trung bình](#)
 - [6.1 Các loại trang có chất lượng trung bình](#)
 - [6.2 Ví dụ về các trang có chất lượng trung bình](#)
- [7.0 Trang có chất lượng cao](#)
 - [7.1 Nội dung chính có chất lượng cao](#)
 - [7.2 Danh tiếng tích cực](#)
 - [7.3 Mức độ E-E-A-T cao](#)
 - [7.4 Ví dụ về các trang có chất lượng cao](#)
- [8.0 Trang có chất lượng cao nhất](#)
 - [8.1 MC có chất lượng rất cao](#)
 - [8.2 Danh tiếng rất tích cực](#)
 - [8.3 Mức độ E-E-A-T rất cao](#)
 - [8.4 Ví dụ về các trang có chất lượng cao nhất](#)
- [9.1 Xếp hạng cho các trang bách khoa toàn thư](#)
- [9.2 Xếp hạng cho các trang có thông báo lỗi hoặc không có MC](#)
- [9.3 Xếp hạng cho diễn đàn và trang hỏi đáp](#)
- [10.0 Nhiệm vụ đánh giá chất lượng trang](#)
 - [10.1 Hướng dẫn thực hiện nhiệm vụ đánh giá chất lượng trang](#)
- [11.0 Câu hỏi thường gặp về xếp hạng chất lượng trang](#)

Tổng quan về hướng dẫn chung

Chào mừng bạn đến với Chương trình Đánh giá Chất lượng Tìm kiếm (Search Quality Rating)

Với tư cách là **Người đánh giá Chất lượng Tìm kiếm** (Search Quality Rater), bạn sẽ làm việc với nhiều loại dự án xếp hạng khác nhau. Nguyên tắc chung chủ yếu bao gồm xếp hạng **Chất lượng Trang (Page Quality/PQ)** và xếp hạng **Nhu cầu được Đáp ứng (Needs Met/NM)**, tuy nhiên các khái niệm này cũng rất quan trọng đối với nhiều loại nhiệm vụ xếp hạng khác.

Để ngắn gọn, chúng tôi gọi “Người xếp hạng Chất lượng Tìm kiếm” là “*người xếp hạng/raters*” trong các hướng dẫn này.



Buy cheap iPhones for cheap - BuyCheapIphones.123
www.buycheapphones.123/buy-cheap-cheaper
Browse and buy iPhones on the web's number #1 cheap iPhone marketplace.
Register for FREE! Get cheap iPhones here.



Giới thiệu về Đánh giá chất lượng tìm kiếm

0.0 Trải nghiệm tìm kiếm

World Wide Web là một tập hợp khổng lồ thông tin và nội dung trực tuyến. Các công cụ tìm kiếm trên Internet cung cấp cho người dùng một phương thức đầy sức mạnh để khám phá thế giới trực tuyến này. Có nhiều cách mọi người tìm kiếm: họ có thể nhập truy vấn vào hộp tìm kiếm trong trình duyệt, nói chuyện với điện thoại di động hoặc thiết bị trợ lý, sử dụng các tính năng tự động hoàn thành (autocomplete features) của công cụ tìm kiếm, v.v.

Mọi người tìm kiếm trên Internet với nhiều mục đích khác nhau, từ hoàn thành một nhiệm vụ nhanh chóng đến nghiên cứu chuyên sâu một chủ đề. Việc tìm kiếm có thể là một phần của dự án dài hạn, chẳng hạn như sửa sang lại nhà cửa hoặc lập kế hoạch đi nghỉ. Việc tìm kiếm có thể được thực hiện khi ai đó đang buồn chán và cần tìm kiếm thứ gì đó để giải trí, chẳng hạn như tìm kiếm “video vui nhộn”. Tìm kiếm có thể là một câu hỏi được hỏi trong thời điểm quan trọng của cuộc đời một người, chẳng hạn như “các triệu chứng của cơn đau tim là gì?”.

Công cụ tìm kiếm tồn tại để giúp mọi người tìm thấy những gì họ đang tìm kiếm. Để hoàn thành nhiệm vụ đó, các công cụ tìm kiếm phải cung cấp một tập hợp đa dạng các kết quả hữu ích, chất lượng cao, được trình bày theo thứ tự hữu ích nhất (most helpful order).

Các loại tìm kiếm khác nhau cần những loại kết quả tìm kiếm rất khác nhau. Kết quả tìm kiếm y tế phải có chất lượng cao (high quality), có thẩm quyền (authoritative) và đáng tin cậy (trustworthy). Kết quả tìm kiếm cho “hình ảnh động vật bé nhỏ dễ thương” phải đáng yêu. Kết quả tìm kiếm cho một website hoặc trang web cụ thể phải có kết quả mong muốn nằm ở trên cùng. Các tìm kiếm có thể có nhiều ý nghĩa hoặc liên quan đến nhiều khía cạnh cần một tập hợp các kết quả đa dạng phản ánh sự đa dạng tự nhiên về ý nghĩa và quan điểm.

Mọi người trên khắp thế giới đều sử dụng công cụ tìm kiếm, do đó sự đa dạng trong kết quả tìm kiếm là điều cần thiết để đáp ứng sự đa dạng của những người sử dụng tìm kiếm.

Cuối cùng, kết quả tìm kiếm cần phải giúp ích cho mọi người. Kết quả tìm kiếm phải cung cấp thông tin có thẩm quyền và đáng tin cậy, không khiến mọi người lạc lối bằng nội dung gây hiểu lầm. Kết quả tìm kiếm phải cho phép mọi người tìm thấy những gì họ đang tìm kiếm, không làm mọi người ngạc nhiên với nội dung khó chịu (unpleasant), xúc phạm (offensive) hoặc đáng lo ngại (disturbing). Các kết quả tìm kiếm có hại, hận thù, bạo lực hoặc khiêu dâm chỉ thích hợp nếu người đó diễn đạt tìm kiếm của họ theo cách rõ ràng rằng họ đang tìm kiếm loại nội dung này **và** không có cách giải thích hợp lý nào khác cho các từ được sử dụng trong tìm kiếm của họ.

0.1 Mục đích của Đánh giá Chất lượng Tìm kiếm

Với tư cách là Người đánh giá Chất lượng Tìm kiếm, bạn sẽ giúp đánh giá chất lượng của công cụ tìm kiếm “hoạt động ra sao” trên quy mô toàn cầu. Các công cụ tìm kiếm tốt sẽ đưa ra kết quả hữu ích cho mọi người bằng ngôn ngữ và tính địa phương cụ thể tương ứng cho người dân ở đó.

Không có xếp hạng riêng lẻ nào có thể tác động trực tiếp đến cách một website, một trang hoặc kết quả cụ thể xuất hiện trong Google Tìm kiếm và cũng không thể khiến các website, một trang nào đó hoặc kết quả cụ thể di chuyển lên hoặc xuống trên trang kết quả tìm kiếm. Việc sử dụng xếp hạng để quyết định kết quả trên trang kết quả tìm kiếm sẽ không khả thi vì con người không bao giờ có thể xếp hạng từng trang riêng lẻ trên web mở {{Ý là lượng thông tin quá lớn để có thể đánh giá theo cách thủ công}}.

Thay vào đó, xếp hạng được sử dụng để đo lường mức độ hiệu quả của các công cụ tìm kiếm nhằm cung cấp nội dung hữu ích cho mọi người trên khắp thế giới. Xếp hạng cũng được sử dụng để cải thiện công cụ tìm kiếm bằng cách cung cấp ví dụ về kết quả hữu ích và không hữu ích với các tìm kiếm khác nhau.

Là một phần vai trò của bạn trong chương trình đánh giá chất lượng tìm kiếm, điều quan trọng là bạn phải quen thuộc và thoải mái khi sử dụng công cụ tìm kiếm.

Chúng tôi khuyến khích bạn trở thành chuyên gia về tìm kiếm! Ví dụ: thử sử dụng các toán tử (chẳng hạn: dấu nháy kép hoặc dấu gạch nối) trong tìm kiếm của bạn hoặc thử sử dụng [các tùy chọn tìm kiếm nâng cao](#).

0.2 Người xếp hạng phải đại diện cho mọi người ở vùng địa lý mà họ cần đánh giá

Điều rất quan trọng là bạn phải đại diện cho những người ở địa phương mà bạn đánh giá. Bạn phải rất quen thuộc với ngôn ngữ và địa điểm của nhiệm vụ để có khả năng đại diện cho trải nghiệm của mọi người ở địa phương bạn đánh giá. Nếu bạn không có kiến thức để làm việc này, vui lòng thông báo cho nhà tuyển dụng/chủ lao động/công ty của bạn.

Trừ khi nhiệm vụ xếp hạng của bạn có quy định khác, xếp hạng của bạn phải dựa trên hướng dẫn và ví dụ được đưa ra trong các nguyên tắc này. Xếp hạng không được dựa trên ý kiến cá nhân, sở thích, niềm tin tôn giáo hoặc quan điểm chính trị của bạn.

Luôn sử dụng khả năng phán đoán tốt nhất của bạn và đại diện cho các tiêu chuẩn văn hóa của địa phương nơi bạn đang đánh giá, xếp hạng.

0.3 Yêu cầu về trình duyệt

Kiểm tra với chủ lao động/công ty của bạn để biết các yêu cầu về trình duyệt. Bạn có thể sử dụng các tiện ích bổ sung (add-on) hoặc tiện ích mở rộng (extension) hữu ích của trình duyệt nhưng vui lòng không sử dụng các tiện ích bổ sung hoặc tiện ích mở rộng can thiệp hoặc thay đổi trải nghiệm người dùng của trang.

0.4 Tiện ích chặn quảng cáo

Không sử dụng tiện ích bổ sung hoặc tiện ích mở rộng chặn quảng cáo (block ads) để xếp hạng Đáp ứng Nhu cầu (Needs Met) hoặc xếp hạng Chất lượng Trang (Page Quality). Những tiện ích bổ sung hoặc tiện ích mở rộng này có thể khiến bạn đưa ra xếp hạng không chính xác. Với tư cách là người xếp hạng, chỉ sử dụng tiện ích mở rộng hoặc tiện ích bổ sung chặn quảng cáo nếu được hướng dẫn cụ thể làm như vậy trong hướng dẫn dành riêng cho dự án.

0.5 Thông tin An toàn Internet

Trong quá trình làm việc, bạn sẽ truy cập nhiều trang web khác nhau. Một số trong đó có thể gây hại cho máy tính của bạn trừ khi bạn cẩn thận. Vui lòng không tải xuống bất kỳ tệp thực thi, ứng dụng hoặc tệp nguy hiểm tiềm tàng nào khác hoặc nhấp vào bất kỳ liên kết nào mà bạn không thấy thoải mái.

Chúng tôi thực sự khuyên bạn nên trang bị phần mềm chống vi-rút và chống spyware trên máy tính của mình. Phần mềm này phải được cập nhật thường xuyên nếu không máy tính của bạn sẽ không được bảo vệ. Có rất nhiều sản phẩm chống virus và phần mềm gián điệp miễn phí và trả phí trên web.

Xem thêm trang Wikipedia [về phần mềm chống vi-rút](#) và trang Wikipedia [về phần mềm gián điệp](#).

Chúng tôi khuyên bạn chỉ nên mở những tệp mà bạn cảm thấy thoải mái. Các định dạng tệp được liệt kê bên dưới thường được coi là an toàn nếu có sẵn phần mềm chống vi-rút.

- .txt (tệp văn bản)
- .ppt hoặc .pptx (Microsoft PowerPoint)
- .doc hoặc .docx (Microsoft Word)
- .xls hoặc .xlsx (Microsoft Excel)
- .pdf (tệp PDF) (Adobe Acrobat)

Nếu bạn gặp một trang có thông báo cảnh báo, chẳng hạn như “Cảnh báo truy cập trang web này có thể gây hại cho máy tính của bạn” hoặc nếu phần mềm chống vi-rút của bạn cảnh báo bạn về một trang nào đó, bạn không nên cố gắng truy cập trang đó để xếp hạng.

0.6 Vai trò của các ví dụ trong Hướng dẫn này

Khái niệm xếp hạng trong các nguyên tắc này áp dụng cho tất cả các loại nội dung. Các ví dụ xuyên suốt các nguyên tắc này rất quan trọng để minh họa cách áp dụng các khái niệm được xác định trong từng phần trong nhiệm vụ xếp hạng cho các loại trang web và nội dung khác nhau.

Vui lòng xem từng ví dụ và ghi nhớ những điều sau:

- Các website và một trang cụ thể thay đổi nhanh chóng, vì vậy chúng tôi sử dụng hình ảnh hoặc “ảnh chụp nhanh / snapshots” của các trang web trong hầu hết các ví dụ của mình.
- Vì một số loại nội dung khó xem ở dạng “ảnh chụp nhanh” nên mô tả về trang web sẽ được cung cấp trong ví dụ.
- Thông tin trong các ví dụ là chính xác tại thời điểm được thêm vào nhưng nội dung và trang web đó có thể thay đổi theo thời gian.
- Một số ví dụ hiển thị trang trên máy tính để bàn và một số trang hiển thị trên thiết bị di động.

Phần 1: Tổng quan về hướng dẫn chung

1.0 Giới thiệu về Đánh giá chất lượng trang

Nhiệm vụ xếp hạng Chất lượng Trang (Page Quality/PQ) bao gồm một URL và các ô lưới để ghi lại những quan sát của bạn khi bạn khám phá trang đích và website được liên kết với URL đó. Mục tiêu của xếp hạng PQ là **đánh giá mức độ trang đạt được mục đích của nó tốt đến đâu**.

Đây là những gì bạn cần để trở thành người đánh giá Chất lượng Trang thành công:

- Trải nghiệm của bạn khi sử dụng web với tư cách là một người dùng thông thường ở ngôn ngữ, địa phương cần xếp hạng của bạn.
- Kiến thức chuyên sâu về những hướng dẫn này.
- Và quan trọng nhất là thực hành các nhiệm vụ đánh giá PQ!

2.0 Hiểu trang web và website

Đánh giá chất lượng Trang đòi hỏi sự hiểu biết sâu sắc về website. Chúng ta sẽ bắt đầu với những điều cơ bản. Trong quá trình này, chúng tôi sẽ chia sẻ thông tin quan trọng về xếp hạng Chất lượng Trang, vì vậy vui lòng đọc qua phần này ngay cả khi bạn là chuyên gia về website!

2.1 Định nghĩa quan trọng

Dưới đây là một số định nghĩa quan trọng:

Công cụ tìm kiếm (*search engine*) là công cụ giúp mọi người tìm hoặc tương tác với nội dung có sẵn trên Internet.

Trong những nguyên tắc này, từ “**người dùng** (*user*)” dùng để chỉ một người đang cố gắng tìm kiếm thông tin hoặc hoàn thành một nhiệm vụ trên Internet. Người dùng là những người thuộc nhiều hoàn cảnh khác nhau, trải nghiệm và nhu cầu của họ có

thể khác với bạn: xin lưu ý là mọi người có thể ở mọi lứa tuổi, giới tính, chủng tộc, tôn giáo, đảng phái chính trị, v.v.

Một trang web (*webpage*) được kết nối với World Wide Web và có thể được xem hoặc “ghé thăm/truy cập” bằng trình duyệt web (ví dụ: Chrome), trình duyệt trên điện thoại của bạn hoặc ứng dụng tìm kiếm. Vào những năm 1990, nội dung trang web chủ yếu là văn bản và liên kết (link). Ngày nay, nội dung trang web bao gồm nhiều dạng nội dung đa phương tiện (chẳng hạn như hình ảnh, video, v.v.) và chức năng (chẳng hạn như tính năng mua sắm trực tuyến, email, khả năng tính toán, trò chơi trực tuyến, v.v.).

URL là một chuỗi các chữ cái, số và dấu câu mà trình duyệt web của bạn sử dụng để “tìm” và hiển thị một trang web. Xếp hạng Chất lượng Trang không yêu cầu bạn phải hiểu sâu về cấu trúc của URL, tức là bạn không cần biết sự khác biệt giữa máy chủ, tên miền, v.v. Nhưng nếu bạn quan tâm, hãy [đọc thêm ở đây](#).

Website hoặc **site** là một nhóm các trang World Wide Web (nói cách khác là một tập hợp *webpage*) thường chứa các siêu liên kết với nhau và được cung cấp trực tuyến bởi một cá nhân, công ty, đơn vị giáo dục, chính phủ hoặc tổ chức. Các trang web phổ biến bao gồm Facebook, Wikipedia, Yahoo, YouTube, v.v.

- **Lưu ý:** Trong các nguyên tắc này, chúng tôi sẽ sử dụng từ “website” để chỉ tập hợp các trang được sở hữu và kiểm soát bởi một thực thể duy nhất (cá nhân, doanh nghiệp, v.v.). Nhưng chúng tôi cũng sẽ sử dụng “website” để đề cập đến các phần (hoặc máy chủ) chính “độc lập” của một số website được tạo ra để đạt được các mục đích riêng biệt. Ví dụ: website Yahoo được tổ chức thành các phần (hoặc máy chủ) khác nhau, chẳng hạn như Yahoo Finance (<http://finance.yahoo.com/>), Yahoo Mail (<http://mail.yahoo.com/>), Yahoo Sports (<http://sports.yahoo.com/>), v.v. Mỗi phần này đều có mục đích riêng. Bạn có thể coi từng phần này là một website; ví dụ: website Yahoo Finance và website Yahoo Sports. Bạn cũng có thể xem các trang trên Yahoo Finance hoặc Yahoo Sports thuộc về website Yahoo.

{{**Ghi chú của người biên tập:** Trong tiếng Việt, chúng ta vẫn hay dùng từ trang web để chỉ một trang cụ thể trên website, cũng như để chỉ toàn bộ website. Tuy nhiên trong văn bản này chúng ta cần phân biệt rõ sự khác biệt của chúng. Từ nay thống nhất là: Trang web (hoặc một trang web) là dịch từ webpage để chỉ một trang cụ thể trên cả website, còn từ website sẽ được để nguyên là website trong bản dịch.}}

Trang chủ (*homepage*) của một website là trang chính (main page) của website đó. Nó thường là trang đầu tiên mà người dùng nhìn thấy khi tải site. Ví dụ: <http://www.apple.com> là trang chủ của trang Apple, <http://www.yahoo.com> là trang chủ của trang công ty Yahoo và <http://finance.yahoo.com> là trang chủ của Yahoo Finance. Bạn thường có thể tìm thấy trang chủ của một website bằng cách nhấp vào liên kết "home / trang chủ" hoặc logo trên các trang con của website đó.

Chủ sở hữu website (*website owner*) là cá nhân, công ty hoặc tổ chức chịu trách nhiệm về website.

Người tạo nội dung (*content creator*) là (các) cá nhân hoặc tổ chức (doanh nghiệp, tổ chức, v.v.) đã tạo nội dung trên website.

Quan trọng: Bạn phải rất thoải mái khi khám phá các website, bằng cách nhấp vào liên kết và sửa đổi URL trên thanh địa chỉ của trình duyệt web. Hãy trở thành một thám tử và nhà thám hiểm website!

2.2 Hiểu mục đích của một trang web (webpage)

Mục đích của một trang là (các) lý do tại sao trang này được tạo ra. Mỗi trang trên Internet được tạo ra cho một mục đích hoặc cho nhiều mục đích. Hầu hết các trang được tạo ra để giúp ích cho mọi người, do đó chúng có mục đích mang lại lợi ích (beneficial purpose). Một số trang được tạo ra chỉ nhằm mục đích kiếm tiền mà không có hoặc có rất ít nỗ lực để giúp đỡ mọi người. Một số trang thậm chí còn được tạo ra để gây hại cho người dùng. Bước đầu tiên để hiểu một trang là **tìm ra mục đích của nó**.

Tại sao việc xác định mục đích của trang để xếp hạng PQ lại quan trọng?

- Mục tiêu của xếp hạng PQ là xác định mức độ trang đạt được mục đích của nó. Để có khả năng xếp hạng, bạn phải hiểu mục đích của một trang cụ thể và đôi khi là cả website.
- Bằng cách hiểu mục đích của trang, bạn sẽ hiểu rõ hơn tiêu chí nào là quan trọng cần xem xét khi đánh giá trang cụ thể đó.
- Các website và trang nên được tạo ra để giúp đỡ mọi người. Nếu không phải như vậy, nó nên nhận xếp hạng **Thấp nhất** (Lowest). Chúng ta sẽ nói thêm về điều này sau.

Miễn là trang được tạo ra để giúp đỡ mọi người, chúng ta sẽ không coi bất kỳ mục đích hoặc loại trang cụ thể nào có chất lượng cao hơn trang khác. Ví dụ: các trang bách khoa toàn thư không nhất thiết phải có chất lượng cao hơn các trang hài hước. {{Chú thích ngoài bản gốc: ý ở đây là không nên có định kiến về mục đích nào đó là “cao sang” hơn mục đích khác.}}

Quan trọng: Có các trang web có chất lượng cao nhất và cũng có các trang web có chất lượng thấp nhất thuộc mọi loại và mục đích khác nhau: trang mua sắm, trang tin tức, trang diễn đàn, trang video, trang có thông báo lỗi, tệp PDF, hình ảnh, trang tin đồn, trang hài hước, trang chủ và tất cả các loại trang khác. Kiểu trang là gì không xác định xếp hạng PQ – bạn phải hiểu *mục đích của trang* để xác định xếp hạng.

Ví dụ về các mục đích thường gặp của trang hữu ích hoặc có ích bao gồm những điều sau (nhưng không chỉ giới hạn trong danh sách bên dưới):

- Để chia sẻ thông tin về một chủ đề.
- Để chia sẻ kinh nghiệm cá nhân, quan điểm hoặc cảm xúc về một chủ đề.
- Để chia sẻ hình ảnh, video hoặc các hình thức truyền thông khác.
- Để thể hiện tài năng hoặc kỹ năng cá nhân.
- Để bày tỏ một ý kiến hoặc quan điểm.
- Để giải trí.

- Để cung cấp sản phẩm hoặc dịch vụ.
- Để cho phép người dùng đăng câu hỏi để người dùng khác trả lời.
- Để cho phép người dùng chia sẻ tập tin hoặc tải xuống phần mềm.

Dưới đây là một số ví dụ giúp bạn dễ hiểu mục đích của trang:

Loại trang	Mục đích của trang
News website homepage Trang chủ website tin tức	Để thông báo cho người dùng về các sự kiện gần đây hoặc quan trọng.
Shopping page Trang mua sắm	Để bán hoặc cung cấp thông tin về sản phẩm.
Video page Trang video	Để chia sẻ một video dễ thương về một con mèo.
Currency converter page	Để tính số tiền tương đương bằng các loại tiền tệ khác nhau.

Trang chuyển đổi giá trị tiền	
-------------------------------	--

[Đây là ví dụ \(OmNomNomNom Page\)](#) của một trang hữu ích nhưng mục đích của trang này không rõ ràng. Thoạt nhìn, trang này có vẻ vô nghĩa hoặc lạ lùng. Tuy nhiên, đây là một trang từ một website hài hước khuyến khích người dùng đăng những bức ảnh có vẽ miệng. Mục đích của trang là mang tính hài hước hoặc thể hiện nghệ thuật. Trang này có mục đích hữu ích hoặc có lợi. Mặc dù trên trang [About](#) của website này không hữu ích lắm nhưng website đã tự giải thích bản thân nó trên trang [FAQ](#) (các câu hỏi thường gặp) của mình.

2.3 Chủ đề về tiền bạc hoặc liên quan mật thiết đến cuộc sống của bạn (YMYL)

Các trang trên World Wide Web có rất nhiều chủ đề khác nhau. Một số chủ đề có nguy cơ gây hại cao vì nội dung về các chủ đề này có thể tác động đáng kể đến sức khỏe, sự ổn định tài chính hoặc sự an toàn của mọi người hoặc phúc lợi hay hạnh phúc của xã hội. Chúng tôi gọi những chủ đề này là **“Tiền của bạn hoặc Cuộc sống của bạn / Your Money or Your Life”** hoặc viết tắt là **YMYL**.

Các chủ đề YMYL có thể tác động hoặc gây hại đáng kể cho một hoặc nhiều điều sau:

- Người đang trực tiếp xem hoặc sử dụng nội dung.
- Những người khác bị ảnh hưởng bởi người đã xem nội dung.
- Nhóm người hoặc xã hội bị ảnh hưởng bởi hành động của những người đã xem nội dung.

Các chủ đề YMYL có thể tác động trực tiếp và đáng kể đến sức khỏe, sự ổn định hoặc an toàn tài chính của mọi người, hoặc phúc lợi hoặc hạnh phúc của xã hội vì những lý do sau:

- **Bản thân chủ đề này có hại hoặc nguy hiểm.** Ví dụ: có sự tổn hại rõ ràng và hiện tại kết nối trực tiếp đến các chủ đề liên quan đến hành vi như tự làm hại bản thân, hành vi tội phạm hoặc chủ nghĩa cực đoan bạo lực.
- **Chủ đề có thể gây hại nếu nội dung không chính xác và không đáng tin cậy.** Ví dụ: thông tin không chính xác ở mức độ nhẹ hoặc nội dung từ các nguồn kém tin cậy hơn có thể tác động đáng kể đến sức khỏe, sự ổn định hoặc an toàn tài chính của ai đó hoặc tác động đến xã hội đối với các chủ đề như: triệu chứng của cơn đau tim, cách đầu tư tiền, phải làm gì nếu có động đất, ai có thể bỏ phiếu, hoặc cần có bằng cấp, chứng chỉ gì để lấy bằng lái xe.

Để xác định xem một chủ đề có phải là YMYL hay không, hãy đánh giá các loại tác hại có thể xảy ra sau đây:

- **Sức khỏe hoặc An toàn YMYL:** Các chủ đề có thể gây hại cho sức khỏe tinh thần, thể chất và cảm xúc hoặc bất kỳ hình thức an toàn nào như an toàn thể chất hoặc an toàn trực tuyến hay không.
- **An ninh tài chính YMYL:** Các chủ đề có thể gây tổn hại đến khả năng hỗ trợ tài chính cho bản thân và cho gia đình của một người không.
- **Xã hội YMYL:** Các chủ đề có thể tác động tiêu cực đến các nhóm người, các vấn đề được công chúng quan tâm, niềm tin vào các tổ chức công, v.v.
- **YMYL Khác:** Các chủ đề có thể gây tổn thương cho mọi người hoặc tác động tiêu cực đến phúc lợi hoặc hạnh phúc của xã hội.

Chúng ta có thể tưởng tượng rằng một trang giả định có hại với bất kỳ chủ đề không-gây-hại nào, chẳng hạn như “bí ẩn khoa học đằng sau hiện tượng cầu vồng” hoặc “đặt mua bút chì”: đối với một trong những chủ đề này, ai đó có thể tạo một trang {{lừa người dùng}} tải xuống vi-rút máy tính độc hại, dĩ nhiên điều đó có hại. Tuy nhiên, để một chủ đề cụ thể được xem là YMYL, bản thân chủ đề đó phải có khả năng tác động đến sức khỏe, sự ổn định hoặc an toàn tài chính của mọi người hoặc phúc lợi hay hạnh phúc của xã hội.

Cần lưu ý là nhiều hoặc hầu hết các chủ đề không phải là YMYL và không yêu cầu mức độ chính xác hoặc độ tin cậy cao để ngăn chặn tác hại. Bởi vì đánh giá YMYL

là một phạm vi rộng, nên có thể hữu ích nếu biết rõ các kiểu chủ đề nào là YMYL rõ ràng, hoặc chắc chắn không phải YMYL hoặc thứ gì đó ở giữa hai thứ trên. Các trang có chủ đề YMYL rõ ràng cần được *xem xét kỹ lưỡng nhất* để xếp hạng Chất lượng Trang.

Loại chủ đề	Chủ đề YMYL rõ ràng	Có thể là chủ đề YMYL	Không phải chủ đề YMYL
Thông tin Thông tin không chính xác có gây ra tác hại đáng kể không?	Đường sơ tán khi có sóng thần Giải thích: Thông tin không chính xác về các tuyến đường sơ tán có thể gây tổn hại đáng kể cho người dân.	Dự báo thời tiết Giải thích: Trong hầu hết các tình huống, thông tin dự báo thời tiết không chính xác một chút sẽ không gây hại. Mọi người thường hỏi các thành viên trong gia đình “thời tiết hôm nay thế nào”.	Người đoạt giải thưởng âm nhạc Giải thích: Chủ đề này không có khả năng gây hại.
Lời khuyên về một hoạt động	Khi nào cần đến phòng cấp cứu	Bao lâu thì thay bàn chải đánh răng	Giặt quần jean thường

Lời khuyên tồi có gây ra tác hại đáng kể không?	Giải thích: Lời khuyên tồi về thời điểm đến phòng cấp cứu có thể gây ra tác hại đáng kể.	Giải thích: Đây là một chủ đề sức khỏe thông thường mà mọi người thường thảo luận với bạn bè. Một gợi ý hơi không hoàn hảo sẽ khó có thể tác động đáng kể đến sức khỏe hoặc sự an toàn.	xuyên như thế nào Giải thích: Chủ đề này không có khả năng gây hại.
Ý kiến cá nhân Ý kiến này có thể có tác động gì đến người khác và xã hội?	Ý kiến cá nhân về việc tại sao một nhóm chủng tộc lại thấp kém hơn Giải thích: Các trang về chủ đề này đã được sử dụng để biện minh hoặc kích động bạo lực chống lại các nhóm người.	Ý kiến cá nhân về lý do tại sao một bài tập thể dục lại kém hơn Giải thích: Mặc dù có thể có mối lo ngại về sức khỏe nếu bài tập quá khắc nghiệt hoặc mạo hiểm, nhưng hầu hết các cuộc thảo luận về chạy bộ và bơi lội, v.v. đều liên quan đến sở thích cá nhân.	Ý kiến cá nhân về lý do tại sao một ban nhạc rock lại kém cỏi Giải thích: Chủ đề này không có khả năng gây hại, mặc dù có thể có nhiều ý kiến sôi nổi liên quan!

Tin tức về các sự kiện hiện tại Chủ đề này có thể tác động đáng kể đến mọi người và xã hội? Đối với tác động xã hội, hãy xem xét các vấn đề như bầu cử và niềm tin vào các tổ chức công có lợi cho xã hội.	Tin tức về bạo lực đang diễn ra Giải thích: Mọi người cần thông tin chính xác để giữ an toàn. Xã hội cũng có thể bị ảnh hưởng bởi thông tin về bạo lực đang diễn ra khi người dân và chính phủ đưa ra các quyết định dân sự phù hợp.	Tin tức về một vụ tai nạn ô tô Giải thích: Bản thân vụ tai nạn có thể gây hại nhưng có rất ít nguy cơ gây tổn hại trong tương lai do những sai sót nhỏ trong việc báo cáo về sự cố đó.	Tin tức về trận đấu bóng rổ của trường trung học địa phương Giải thích: Chủ đề này không có khả năng gây hại.
Chia sẻ trên mạng xã hội Bài đăng trên mạng xã hội có thể gây ra tác hại đáng kể?	Một bài đăng thử thách về thủy triều Giải thích: Thử thách có hại trên mạng xã hội này là nguyên nhân gây ra cái chết.	Thử thách sốt nóng Giải thích: Mặc dù một số người có thể cảm thấy khó chịu khi nếm thử nhiều loại nước sốt cay khác nhau, nhưng việc chia sẻ về	Một video âm nhạc Giải thích: Loại nội dung này nhìn chung có ít nguy cơ gây hại.

Nó có thể làm tổn thương mọi người? Nó có thể gây tổn hại cho xã hội nếu được chia sẻ rộng rãi?		những thử thách như vậy khó có thể gây ra tác hại đáng kể.	
Thương mại trực tuyến và đánh giá sản phẩm Hãy xem xét sản phẩm. Liệu sản phẩm đó có thể gây ra tác hại đáng kể không?	Mua thuốc theo toa Giải thích: Thuốc kê đơn có khả năng gây hại và cần phải mua ở các hiệu thuốc được cấp phép.	Đánh giá về một loại xe Giải thích: Trong khi ô tô là món hàng có giá trị lớn, nhiều người vẫn hỏi bạn bè và gia đình về ô tô.	Mua bút chì Giải thích: Bút chì và các vật dụng thông dụng hàng ngày khác không có khả năng gây hại.

Nếu bạn gặp khó khăn khi quyết định liệu một chủ đề nào đó có phải là YMYL hay không, hãy xem xét các câu hỏi sau:

1. Với chủ đề đó thì liệu một người có tính cách cẩn thận có tìm kiếm các chuyên gia hoặc các nguồn đáng tin cậy để ngăn chặn tác hại không? Ngay cả những sai sót nhỏ cũng có thể gây hại đáng kể? Nếu có thì chủ đề đó có thể là YMYL.
2. Chủ đề cụ thể đó có phải là chủ đề mà hầu hết mọi người sẽ hài lòng với câu trả lời khi chỉ ngẫu nhiên hỏi ý kiến bạn bè của họ hay không? Nếu có thì chủ đề đó có thể không phải là YMYL.

Quan trọng: Đối với các trang chắc chắn là về chủ đề YMYL, chúng tôi có tiêu chuẩn xếp hạng Chất lượng Trang rất cao vì các trang chất lượng thấp về các chủ đề như vậy có thể gây tác động tiêu cực đến sức khỏe, sự ổn định hoặc an toàn tài chính hoặc phúc lợi hay hạnh phúc của xã hội của một người.

2.4 Hiểu nội dung trang web

Tất cả nội dung trên trang web {{webpage / một trang cụ thể trên website}} có thể được phân loại thành một trong các loại sau: **Nội dung chính** (Main Content/MC), **Nội dung bổ sung** (Supplementary Content/SC) hoặc **Quảng cáo/Kiểm tiền** (Advertisements/Monetization/Ads). Để hiểu mục đích của trang web và thực hiện xếp hạng PQ, bạn cần có khả năng phân biệt giữa các phần khác nhau của trang {{Chú thích của người biên tập: tức là biết được đâu là MC, đâu là SC, đâu là Ads}}.

Thiết kế trang web có thể phức tạp, vì vậy hãy đảm bảo bạn click, lướt lờ xung quanh và khám phá thêm về trang. Xem loại nội dung nào bên dưới các tab và kiểm tra các chức năng của trang tương tác. Nội dung bên dưới các tab có thể được coi là một phần của MC, SC hoặc Ads, tùy thuộc vào việc nội dung đó là gì.

2.4.1 Xác định nội dung chính (MC)

Nội dung chính là bất kỳ phần nào của trang **trực tiếp giúp trang đạt được mục đích của nó**. MC có thể là văn bản, hình ảnh, video, tính năng của trang (ví dụ: công cụ tính toán, trò chơi) và có thể là nội dung do người dùng website tạo ra, chẳng hạn như video, bài đánh giá, bài viết, nhận xét do người dùng đăng, v.v. Các

tab trên một số trang dẫn đến thậm chí nhiều thông tin hơn (ví dụ: đánh giá của khách hàng) và đôi khi có thể được coi là một phần của MC.

MC cũng bao gồm tiêu đề ở đầu trang, ví dụ:

The screenshot shows the One Step Ahead website. The header includes navigation links like 'Email Signup', 'Your Account', 'Order Status', 'Customer Service', 'Gift Registry', 'One Day Deal', and 'Basket No Items'. The main navigation bar lists categories: 'Baby ages 0-3', 'Kids ages 3+', 'Resource Center', 'CLOTHES & SHOES', 'BATH & HEALTH', 'FEEDING', 'NURSERY & HOME', 'SAFETY', 'TRAVEL & GEAR', 'TOYS', 'SPRING', 'SALE', and 'MORE...'. A promotional banner for '\$5 Flat Rate Standard Shipping*' is displayed. The breadcrumb trail reads: 'One Step Ahead > Toys > Ride-On Toys > Sand Digger Scoop 'n Swivel Backhoe Sand Toy'. The product title is 'Sand Digger Scoop 'n Swivel Backhoe Sand Toy'. The main content area features a large image of the toy and a detailed description. The sidebar on the right shows 'Customers who viewed this also viewed:' with three related products: 'Toy Construction Wheelbarrow', 'Toy Construction Tool Set', and 'Toy Cement Mixer'. The footer contains a newsletter sign-up, a gift center, a shop smarter section, and a shop by catalog section.

Title

Main Content

Content behind the Reviews, Shipping, and Safety Information tabs are considered to be part of the MC.

Tiêu đề MC mang tính mô tả cho phép người dùng đưa ra quyết định chắc chắn, sáng suốt hơn về những trang sẽ truy cập. Tiêu đề hữu ích sẽ tóm tắt (summarize) được MC trên trang.

Loại trang và mục đích	MC nổi bật màu vàng
Trang chủ website tin tức: mục đích là thông báo cho người dùng về những sự kiện gần đây hoặc quan trọng.	MC – News Homepage
Trang bài viết tin tức cụ thể: mục đích là truyền đạt thông tin về một sự kiện hoặc chủ đề tin tức.	MC – News Article
Trang sản phẩm của cửa hàng: mục đích là bán hoặc cung cấp thông tin về sản phẩm. – Nội dung đăng sau các tab Đánh giá (Reviews), Vận chuyển (Shipping) và Thông tin an toàn (Safely) được coi là một phần của MC.	MC – Shopping Page
Trang chuyển đổi tiền tệ: mục đích là tính toán số tiền tương đương ra các loại tiền tệ khác nhau.	MC – Currency Converter
Trang đăng bài blog: mục đích là chia sẻ âm nhạc được sử dụng trên một chương trình truyền hình.	MC – Blog Post Page

Trang chủ của công cụ tìm kiếm: mục đích là cho phép người dùng nhập truy vấn và tìm kiếm trên Internet.	MC – Search Engine Homepage
Trang đăng nhập ngân hàng: mục đích cho phép người dùng đăng nhập ngân hàng trực tuyến.	MC – Bank Login Page

2.4.2 Xác định nội dung bổ sung (SC)

Nội dung bổ sung góp phần mang lại trải nghiệm tốt cho người dùng trên trang nhưng không trực tiếp giúp trang đạt được mục đích. SC là một phần quan trọng trong trải nghiệm người dùng. Một loại SC phổ biến là các liên kết điều hướng (navigation links) cho phép người dùng truy cập các phần khác của website. Trong một số trường hợp, nội dung bên dưới các tab có thể được coi là một phần của SC.

Đôi khi cách dễ nhất để xác định SC là tìm những phần của trang không phải là MC hoặc Ads.

Loại trang và mục đích	SC nổi bật màu xanh lam
Trang bài viết tin tức: mục đích là truyền đạt thông tin về một sự kiện hoặc chủ đề tin tức.	SC – News Article

Trang sản phẩm của cửa hàng: mục đích là bán hoặc cung cấp thông tin về sản phẩm.	SC – Shopping Page
Trang đăng bài blog: mục đích là chia sẻ âm nhạc được sử dụng trên một chương trình truyền hình.	SC – Blog Post Page

2.4.3 Xác định phần nội dung quảng cáo/kiếm tiền (Ads)

Ads có thể góp phần mang lại trải nghiệm tốt cho người dùng. Quảng cáo/Kiểm tiền (Ads) là nội dung và/hoặc liên kết được hiển thị nhằm mục đích kiếm tiền cho chủ sở hữu trang. Bản thân sự hiện diện hay vắng mặt của Quảng cáo không phải là lý do dẫn đến xếp hạng chất lượng **Cao** hay **Thấp**. Nếu không có quảng cáo và kiếm tiền, một số trang web không thể tồn tại vì phải tốn tiền để duy trì website và tạo nội dung chất lượng cao.

Có nhiều cách khác nhau để kiếm tiền từ trang web, điều này bao gồm đặt banner, text quảng cáo và chương trình tiếp thị liên kết (affiliate programs). [Xem ở đây](#) để biết thêm thông tin về kiếm tiền từ website. Lưu ý rằng việc kiếm tiền trên các trang dành cho thiết bị di động có thể tinh vi / tinh tế / phức tạp hơn việc kiếm tiền trên các trang dành cho máy tính để bàn.

Hình thức kiếm tiền phổ biến nhất là đặt quảng cáo. Quảng cáo có thể được gắn nhãn là “quảng cáo”, “liên kết được tài trợ”, “danh sách được tài trợ”, “kết quả được tài trợ”, v.v. Quảng cáo có thể thay đổi khi bạn tải lại trang và những người dùng khác nhau có thể thấy các Quảng cáo khác nhau trên cùng một trang.

Chủ sở hữu website có thể chọn hiển thị Quảng cáo trên trang của họ (chẳng hạn như bằng cách tham gia vào một mạng quảng cáo / advertising network), nhưng không phải lúc nào họ cũng có thể trực tiếp kiểm soát nội dung của Quảng cáo. Tuy nhiên, chúng ta cần xem là website có chịu trách nhiệm về chất lượng tổng thể của Ads được hiển thị.

Quan trọng: Vì mục đích của những nguyên tắc này, chúng tôi sẽ coi các liên kết kiếm tiền (monetized links) thuộc bất kỳ loại nào là “Quảng cáo”. [Xem thêm ở đây](#) để biết các loại kiếm tiền khác nhau từ website.

Loại trang và mục đích	Quảng cáo được đánh dấu màu đỏ

Trang bài viết tin tức: mục đích là truyền đạt thông tin về một sự kiện hoặc chủ đề tin tức.	Ads – News Article
Trang đăng bài blog: mục đích là chia sẻ âm nhạc được sử dụng trên một chương trình truyền hình.	Ads – Blog Post Page
Trang sản phẩm của cửa hàng: mục đích là bán hoặc cung cấp thông tin về sản phẩm.	No ads 3 Shopping Page

2.4.4 Tóm tắt các phần của trang

Hãy xem tổng thể.

- **Nội dung chính (MC)** là bất kỳ phần nào của trang trực tiếp giúp trang đạt được mục đích của nó. MC là (hoặc lẽ ra phải là!) lý do trang đó tồn tại. Chất lượng của MC *đóng vai trò rất lớn* trong xếp hạng Chất lượng Trang của trang web (webpage).
- **Nội dung bổ sung (SC)** cũng rất quan trọng. SC có thể giúp trang đạt được mục đích *tốt hơn* hoặc *ngược lại*– nó có thể làm giảm trải nghiệm tổng thể của người dùng.
- Nhiều trang có **quảng cáo/kiếm tiền (Ads)**. Nếu không có quảng cáo và kiếm tiền, một số trang web không thể tồn tại vì phải tốn tiền để duy trì website và tạo nội dung chất lượng cao. Bản thân sự hiện diện hay vắng mặt của Quảng cáo không phải là lý do dẫn đến xếp hạng chất lượng **Cao** hay **Thấp**.

Trên một số trang, đánh giá và nhận xét của người dùng có thể được coi là MC và trên các trang khác, chúng có thể được coi là SC. Hãy sử dụng khả năng phán đoán tốt nhất của bạn và suy nghĩ về mục đích của trang đấy.

Đừng lo lắng quá nhiều về việc xác định từng phần nhỏ của trang. Hãy suy nghĩ xem phần nào của trang là MC. Tiếp theo, hãy tìm Quảng cáo. Bất cứ thứ gì còn sót lại có thể được coi là SC.

Loại trang và mục đích	MC, SC và quảng cáo nổi bật
Trang bài viết tin tức: mục đích là truyền đạt thông tin về một sự kiện hoặc chủ đề tin tức.	Summary – News Article
Trang sản phẩm của cửa hàng: mục đích là bán hoặc cung cấp thông tin về sản phẩm.	Summary – Shopping Page
Trang chuyển đổi tiền tệ: mục đích là tính toán số tiền tương đương ra các loại tiền tệ khác nhau.	Summary – Currency Converter
Trang đăng bài blog: mục đích là chia sẻ âm nhạc được sử dụng trên một chương trình truyền hình.	Summary – Blog Post Page

Trang đăng nhập ngân hàng: mục đích cho phép người dùng đăng nhập ngân hàng trực tuyến.	Summary – Bank Login Page
---	---

2.5 Hiểu website

Các trang thường có ý nghĩa hơn khi được xem như một phần của website. Một số tiêu chí trong xếp hạng Chất lượng Trang dựa trên sự hiểu biết về website chứa trang đó.

Để hiểu một website, hãy bắt đầu bằng việc tìm hiểu xem ai chịu trách nhiệm về website và ai đã tạo ra nội dung trên trang đó (thông tin thêm được cung cấp ở mục 2.5.2). Sau đó, tìm kiếm thông tin về website và/hoặc người tạo nội dung trên chính website đó. Các website và người sáng tạo nội dung thường rất hào hứng muốn kể cho bạn nghe tất cả về họ!

Bạn cũng phải tìm kiếm thông tin về danh tiếng của website và/hoặc người sáng tạo nội dung. Các nguồn độc lập bên ngoài nói những gì về họ? Khi có sự bất đồng giữa những gì website hoặc người sáng tạo nội dung nói về họ và những gì các nguồn độc lập có uy tín nói, hãy tin tưởng vào các nguồn độc lập (independent sources).

2.5.1 Tìm trang chủ

Trang chủ (homepage) của một website thường chứa hoặc có các liên kết đến những thông tin quan trọng về website. Chủ sở hữu website thường giúp bạn dễ dàng truy cập trang chủ từ bất kỳ trang nào trên site.

Dưới đây là cách tìm trang chủ của website:

1. Kiểm tra trang đích của URL trong nhiệm vụ xếp hạng PQ của bạn.

2. Tìm và nhấp vào liên kết có nhãn tên hoặc logo của website (đôi khi được gắn nhãn là “home/trang chủ” hoặc “main/chính”), thường xuất hiện ở đầu trang.

Đôi khi, bạn có thể được cung cấp một trang web hoặc website có vẻ như không có liên kết điều hướng (navigation links), không có liên kết trang chủ và không có biểu tượng hoặc phương tiện nào khác để tìm ra trang chủ. Ngay cả một số trang có chất lượng Cao hoặc Cao nhất cũng có khi bị thiếu điều hướng về trang chủ. Nếu bạn không thể tìm thấy liên kết đến trang chủ, hãy sửa đổi URL bằng cách xóa mọi thứ ở bên phải .com, .org, .net, .fr, v.v. và làm mới lại trang {{nhấn Enter}}.

Đôi khi, tác vụ xếp hạng của bạn sẽ bao gồm một URL có hai hoặc nhiều ứng cử viên “homepage” chính đáng. Ví dụ: bạn có thể không chắc chắn liệu trang chủ của URL này: <https://finance.yahoo.com/calendar> là <http://finance.yahoo.com> hay <http://www.yahoo.com>

Quan trọng: Khi bạn có nhiều trang chủ “ứng viên”, vui lòng sử dụng trang chủ nào cung cấp nhiều thông tin nhất về trang web cụ thể trong tác vụ xếp hạng. Sử dụng phán đoán của bạn. Mục đích là để hiểu trang web và (các) website mà nó được liên kết chứ không phải tìm một trang chủ duy nhất, chính xác.

Trong các ví dụ sau đây, chúng tôi đã bao gồm URL của trang cần đánh giá trong nhiệm vụ xếp hạng cũng như URL của trang chủ được liên kết với trang đó. Chúng tôi cũng đã đính kèm một hình ảnh cho biết nơi nhấp vào trên trang đích để điều hướng đến trang chủ. Trong hình ảnh, bạn sẽ thấy một hộp màu đỏ xung quanh liên kết hoặc logo mà bạn sẽ nhấp vào để điều hướng đến trang chủ.

URL của trang nhiệm vụ	Trang chủ của Website	Bấm vào đâu để đến Trang chủ

http://www.williams-sonoma.com/products/shun-premier-7-piece-knife-block-set/	http://www.williams-sonoma.com	Williams-Sonoma Homepage  Logo “WILLIAMS-SONOMA” này hiển thị ở giữa phía trên của trang, có thể nhấp vào và đưa người dùng đến trang chủ của website.
http://hms.harvard.edu/about-hms/facts-figures	http://hms.harvard.edu Trong trường hợp này, chúng tôi sẽ coi trang Trường Y Harvard (http://hms.harvard.edu) là trang chủ chứ không phải http://www.harvard.edu/ (là trang chủ của Đại học Harvard). Nhấp vào biểu tượng ở đầu sẽ đưa người dùng đến http://hms.harvard.edu/ ,	Harvard Medical School Facts and Figures Page  Logo “Harvard Medical School” này ở phần trên bên trái của trang có thể nhấp vào và đưa người dùng đến trang chủ của website Trường Y Harvard.

	chứ không phải đến http://www.harvard.edu/ .	
--	--	--

2.5.2 Tìm xem ai là người chịu trách nhiệm về Website và ai đã tạo nội dung trên trang

Mỗi trang thuộc về một website và nó phải rõ ràng mấy thứ sau:

- Ai (cá nhân, công ty, doanh nghiệp, tổ chức, cơ quan chính phủ, v.v.) nào chịu trách nhiệm về website đó.
- Ai (cá nhân, công ty, doanh nghiệp, tổ chức, cơ quan chính phủ, v.v.) nào đã tạo ra nội dung trên trang bạn đang đánh giá. Lưu ý rằng đối với các trang trên các website như diễn đàn và nền tảng mạng xã hội, mọi người có thể đăng nội dung bằng bí danh hoặc tên người dùng để tránh chia sẻ thông tin nhận dạng cá nhân trực tuyến. Trong những trường hợp này, bí danh hoặc tên người dùng là cách được chấp nhận để xác định người tạo nội dung.

Các website thường rất rõ ràng về người chịu trách nhiệm cho nó và ai đã tạo ra nội dung trên trang. Có nhiều lý do cho việc này:

- Mọi người có thể muốn thể hiện tài năng, kinh nghiệm và quan điểm cá nhân của mình.
- Các nghệ sĩ, tác giả, nhạc sĩ và những người sáng tạo nội dung gốc khác có thể muốn được biết đến và đánh giá cao.
- Các website thương mại có thể có tài liệu có bản quyền mà họ muốn bảo vệ.
- Các doanh nghiệp và tổ chức có thể muốn mọi người biết họ là ai và họ làm gì.
- Các cửa hàng muốn khách hàng cảm thấy thoải mái khi mua sản phẩm trực tuyến.

Hầu hết các website đều có các trang “liên hệ với chúng tôi / contact us” hoặc “về chúng tôi / about us” hoặc “about” cung cấp thông tin về người sở hữu site. Nhiều công ty có toàn bộ website hoặc blog phục vụ mục đích cung cấp thông tin họ là ai và họ đang làm gì, có những công việc gì, v.v. Dưới đây là một số ví dụ:

- [Google Official Blog](#)
- [Marriott Blog](#)
- [Southwest Airlines Blog](#)
- [Netflix Tech Blog](#)

Trong nhiệm vụ xếp hạng PQ, bạn sẽ cần xác định ai đã tạo MC trên trang. Để giúp bạn làm như vậy, bảng bên dưới mô tả những người tạo nội dung chính cho các loại website phổ biến. Những loại này có thể chồng chéo lên nhau (ví dụ: một trang có thể có nhiều bài viết, một số bài được viết bởi cá nhân tác giả hoặc nhà báo và những bài khác do chủ sở hữu website viết).

Loại trang web	Ví dụ	(Những) Người tạo nội dung chính
Chủ website tạo trang và phần lớn MC trên trang Trang này có thể có nhận xét, đánh giá hoặc nội dung khác do người dùng đăng, nhưng bản	– Trang chủ của một website kinh doanh. – Trang giới thiệu trên website cá nhân.	Bản thân website có thể được xem là người tạo nội dung chính. Chủ sở hữu website có thể {{thuê bên khác}} tạo nội dung cho họ (ví dụ: một doanh nghiệp nhỏ có thể thuê một nhà phát triển web chuyên nghiệp xây dựng website cho họ), nhưng cuối

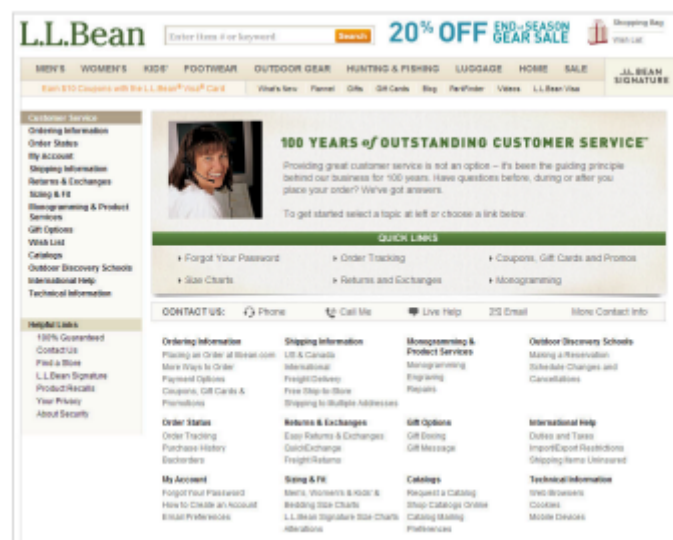
thân trang đó chịu trách nhiệm cho website.	– Trang sản phẩm trên website bán hàng trực tuyến.	cùng họ (chủ sở hữu website) phải chịu trách nhiệm về MC. Nhận xét và đánh giá của người dùng có thể đóng một vai trò quan trọng trên trang. Miễn là website tạo và tích cực duy trì trang, website đó được coi là người tạo nội dung chính.
Chủ sở hữu website đã tạo trang và MC được sản xuất bởi các tác giả hoặc người tạo nội dung khác được website xác định Website quyết định xuất bản nội dung gì và chịu trách nhiệm về nội dung, nhưng có những tác giả hoặc người sáng tạo nội dung riêng biệt cung cấp MC trên trang.	– Bài báo do ban biên tập viết. – Bài tạp chí được viết bởi một nhà báo cá nhân. – Bài báo khoa học được viết bởi một nhóm các nhà nghiên cứu học thuật.	Người tạo nội dung chính là các nhà báo, nhà khoa học, v.v. được liệt kê là tác giả của nội dung. Thông thường người tạo nội dung là cá nhân nhưng một tổ chức, công ty hoặc cơ quan, nhóm cũng có thể là người tạo nội dung. Nhận xét của người dùng có thể xuất hiện nhưng chúng thường không phải là trọng tâm của trang.

Website bao gồm (các) bài đăng trên mạng xã hội từ một tài khoản đại diện cho một tổ chức hoặc người sáng tạo nội dung cá nhân Chủ sở hữu website mạng xã hội cho phép mọi người và tổ chức tạo tài khoản để đăng văn bản, hình ảnh, video và các loại nội dung khác trong tài khoản của riêng họ. {{Ví dụ Facebook}}	– Bài đăng trên mạng xã hội. – Trang hồ sơ doanh nghiệp địa phương trên website mạng xã hội. – Kênh video trên website chia sẻ video.	Người tạo nội dung chính là người hoặc tổ chức đã tạo tài khoản và đăng MC. Có thể có thông tin về người tạo nội dung trên trang hồ sơ được tìm thấy trên website. Các nhận xét và phản ứng khác của người dùng như “thích” có thể được coi là một phần của MC.
Trang web được tạo bởi nhiều người dùng tham gia thảo luận hoặc đăng bài trên mạng xã hội Chủ sở hữu website cho phép mọi người đăng văn bản, hình ảnh và video hoặc trò chuyện với những	– Chủ đề thảo luận trên diễn đàn. – Trang hỏi đáp. – Trang kết quả tìm kiếm trên website truyền thông xã hội hiển thị nội dung từ	Những người đăng bài là những người sáng tạo nội dung. Không có người tạo nội dung chính duy nhất và mọi người chỉ có thể được xác định bằng bí danh hoặc tên người dùng.

người dùng khác của website.	nhiều người dùng khác nhau.	
------------------------------	-----------------------------	--

2.5.3 Tìm kiếm các thông tin như: về chúng tôi, liên hệ và dịch vụ khách hàng

Nhiều website quan tâm đến việc giao tiếp với người dùng của họ. Có nhiều lý do mà người dùng có thể có mong muốn liên hệ với một website, từ việc báo cáo sự cố như trang bị hỏng cho đến yêu cầu xóa nội dung. Nhiều website cung cấp các cách khác nhau để người dùng liên hệ với nó, chẳng hạn như: địa chỉ email, số điện thoại, địa chỉ thực, biểu mẫu liên hệ trên web, v.v. Đôi khi, thông tin liên hệ này thậm chí còn được sắp xếp theo bộ phận và cung cấp tên của các cá nhân để liên hệ.



Loại và lượng thông tin liên hệ cần thiết tùy thuộc vào kiểu website. Thông tin liên hệ và thông tin dịch vụ khách hàng cực kỳ quan trọng đối với các website cần xử lý tiền bạc, chẳng hạn như cửa hàng online, ngân hàng, công ty thẻ tín dụng, v.v. Người dùng cần có cách để đặt câu hỏi hoặc nhận trợ giúp khi xảy ra sự cố.

Đối với các website mua sắm, chúng tôi sẽ yêu cầu bạn thực hiện một số kiểm tra đặc biệt. Cần tìm kiếm thông tin liên hệ – bao gồm các chính sách thanh toán (policies on payment), đổi hàng và trả lại hàng (exchanges and returns) của doanh nghiệp. Đôi khi thông tin này được liệt kê trong “dịch vụ khách hàng / customer service.”

Một số loại website thì cần ít chi tiết hơn cũng như lượng thông tin liên hệ ít hơn do mục đích của chúng. Ví dụ: các website hài hước có thể không cần mức độ thông tin liên hệ chi tiết như chúng ta mong đợi với các website ngân hàng trực tuyến.

Đôi khi, bạn có thể gặp phải một website hoặc người sáng tạo nội dung có lý do chính đáng để ẩn danh. Ví dụ: các website cá nhân có thể bỏ qua thông tin liên hệ cá nhân như địa chỉ nhà hoặc số điện thoại của người đó. Tương tự, các website có nội dung do người dùng tạo có thể cho phép tác giả chỉ nhận dạng mình bằng bí danh hoặc tên người dùng mà thôi.

Để tìm thông tin liên hệ hoặc dịch vụ khách hàng của một website, hãy bắt đầu từ trang chủ. Hãy tìm link “liên hệ với chúng tôi” hoặc “dịch vụ khách hàng”. Khám phá sâu thêm website nếu bạn không thể tìm thấy trang “liên hệ với chúng tôi”. Đôi khi bạn sẽ tìm thấy thông tin liên hệ trên liên kết “website công ty” hoặc thậm chí trên trang mạng xã hội chính thức của công ty. Hãy là một thám tử nhé!

Lưu ý rằng các khu vực địa lý khác nhau và các nền tảng mạng xã hội khác nhau có thể có các quy ước và tiêu chuẩn riêng về thông tin nào sẽ có trên website. Hãy sử dụng khả năng phán đoán và kiến thức về địa phương/vùng miền của bạn.

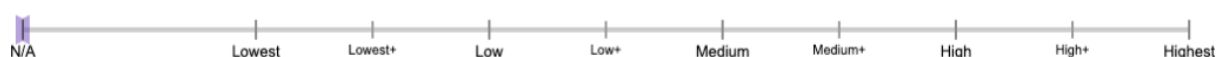
3.0 Đánh giá chất lượng trang trên tổng thể

Bây giờ bạn đã là chuyên gia trong việc hiểu các website và trang web (webpage), dưới đây là các bước xếp hạng Chất lượng Trang ở cấp độ cao:

1. Đánh giá mục đích thực sự của trang. Nếu website hoặc trang có mục đích gây hại hoặc được thiết kế để đánh lừa mọi người về mục đích thực sự của nó thì trang đó phải bị xếp hạng **Thấp nhất**.
2. Đánh giá khả năng gây hại của trang như được mô tả trong các nguyên tắc này. Các website hoặc trang có hại cho mọi người hoặc xã hội, không đáng tin cậy (untrustworthy) hoặc spam như được xác định trong các nguyên tắc này phải bị xếp hạng **Thấp nhất**.
3. Mặt khác, xếp hạng PQ dựa trên mức độ trang đạt được mục đích như được mô tả trong các nguyên tắc này.

Quan trọng: Có những trang có hại dường như là “official / chính thức”, “expert / chuyên gia” hoặc “authoritative / có thẩm quyền”. Bất kỳ kiểu website nào cũng có thể có các trang MC độc hại, từ video do người dùng tải lên và bài đăng trên diễn đàn đến các sản phẩm có hại được bán trực tuyến đến các trang bắt chước giao diện của các bài báo khoa học hoặc các mục bách khoa toàn thư. Tất cả các trang phải được đánh giá về mức độ gây hại, bao gồm các trang trên website của chính phủ, tổ chức học thuật, cửa hàng trực tuyến có uy tín, tổ chức từ thiện hoặc các loại website nói chung hữu ích khác.

Trong nhiệm vụ xếp hạng Chất lượng Trang, bạn sẽ sử dụng thang trượt Chất lượng Trang (thanh trượt) để chỉ định xếp hạng PQ tổng thể. Thanh trượt trông giống như thế này:



Thanh trượt để đánh giá chất lượng trang

Bạn cũng có thể sử dụng các xếp hạng ở giữa như **Thấp nhất+**, **Thấp+**, **Trung bình+** và **Cao+**. Vui lòng hiểu “+” là “+ ½,” có nghĩa là xếp hạng **Thấp nhất+** nằm giữa **Thấp nhất** và **Thấp**, **Thấp+** nằm giữa **Thấp** và **Trung bình**, v.v.

Việc xác định các trang chất lượng thấp nhất và thấp có thể là phần khó khăn nhất trong xếp hạng PQ. Hướng dẫn trong các phần Thấp nhất và Thấp có phạm vi rộng hơn để giúp bạn đánh giá chính xác. Các trang có chất lượng **Cao** và **Cao nhất** thường dễ xác định hơn nhưng hãy đảm bảo áp dụng các tiêu chuẩn và kiểm tra các ví dụ xuyên suốt các nguyên tắc này để giúp điều chỉnh xếp hạng của bạn. Đúng như dự đoán, các trang có chất lượng **Trung bình** thường được tìm thấy nhiều nhất trên thế giới trực tuyến.

3.1 Cân nhắc đánh giá chất lượng trang

Bảng sau đây tóm tắt những điều bạn nên xem xét khi xếp hạng Chất lượng Trang. Các phần sắp tới của những nguyên tắc này sẽ giải thích chi tiết những cân nhắc này và giải thích cách chúng được áp dụng cho các trang trên thang xếp hạng PQ.

Điều cần xem xét	Tại sao nó quan trọng đối với xếp hạng chất lượng trang
Mục đích của trang	Nếu trang có mục đích gây hại hoặc nếu nó được thiết kế để đánh lừa mọi người về mục đích thực sự của nó hoặc ai chịu trách nhiệm về nội dung thì trang đó phải bị xếp hạng Thấp nhất .

	Mặt khác, xếp hạng PQ là quá trình xác định mức độ trang đạt được mục đích của nó tốt đến đâu.
Khả năng trang hoặc website gây hại như được mô tả trong các nguyên tắc này	Các website hoặc trang gây hại cho mọi người hoặc xã hội, không đáng tin cậy hoặc spam như được mô tả trong các nguyên tắc này phải bị xếp hạng Thấp nhất .
Chủ đề của trang và mức độ của chủ đề đó thuộc nhóm YMYL	Chủ đề của trang giúp xác định các tiêu chuẩn đánh giá PQ tổng thể của bạn. Các trang về chủ đề YMYL có tiêu chuẩn cao hơn các trang về chủ đề không phải YMYL.

Điều cần xem xét	Tại sao nó quan trọng đối với xếp hạng chất lượng trang
Loại website	Các loại trang và website khác nhau có kỳ vọng khác nhau về xếp hạng PQ. Ví dụ kỳ vọng về PQ có thể khác nhau đối với:

	– Các website theo sở thích nhỏ so với các website của công ty lớn. – Website liên quan đến giao dịch tài chính so với trang web không yêu cầu thanh toán hoặc thu thập thông tin cá nhân. – Website có nội dung do người bình thường tạo trên cơ sở tự nguyện so với trang web có nội dung do chuyên gia tạo.
Thông tin được cung cấp bởi website và người tạo nội dung	Mặc dù thông tin mà các website và người sáng tạo nội dung (content creator) cung cấp về bản thân họ không phải lúc nào cũng đáng tin cậy nhưng nó vẫn có thể đưa ra một điểm khởi đầu quan trọng.
Chất lượng MC	Hãy xem xét mức độ MC đáp ứng được yêu cầu và giúp trang đạt được mục đích.
Tiêu đề của trang	Tiêu đề của trang được coi là một phần của MC. Tiêu đề MC mang tính mô tả tóm tắt trang, cho phép mọi người đưa ra quyết định sáng suốt về các trang sẽ được truy cập.

Vai trò của Quảng cáo và SC trên trang	Hãy xem xét cách Quảng cáo và SC đóng góp vào cách mọi người trải nghiệm trang. Hãy nhớ: Nhiều website cần kiếm tiền để chia sẻ nội dung với người dùng. Chỉ riêng sự hiện diện hay vắng mặt của Quảng cáo không phải là yếu tố cần cân nhắc để đánh giá PQ.
Danh tiếng của website và người sáng tạo nội dung	Nghiên cứu danh tiếng của website và người tạo nội dung để tìm hiểu cách người khác (người dùng) nhìn nhận website và ai đứng đằng sau nó.
Độ tin cậy của trang: E-E-A-T	Đánh giá mức độ tin cậy của trang. Kinh nghiệm (Experience), Chuyên môn (Expertise) và Thẩm quyền (Authoritativeness) có thể giúp bạn đánh giá về mức độ Tin cậy (Trust). Một số kiểu trang yêu cầu mức độ tin cậy cao.

Quan trọng: Những cân nhắc này chồng lấp lên nhau. Ví dụ khi kiểm tra chất lượng của MC, bạn có thể nhận thấy những điểm không chính xác về mặt thực tế làm giảm đánh giá mức độ Tin cậy (Trust) của bạn. Trong khi tiến hành nghiên cứu danh tiếng, bạn có thể tìm thấy thông tin về chuyên môn của người sáng tạo nội dung, điều này làm tăng mức độ Tin cậy của bạn. Cách thức hoạt động của xếp hạng PQ được thiết kế như vậy!

3.2 Chất lượng của nội dung chính

Chất lượng của Nội dung chính (Main Content/MC) là một trong những yếu tố quan trọng nhất cần cân nhắc để xếp hạng PQ. MC đóng vai trò chính trong việc xác định mức độ đạt được mục đích của trang.

Chủ đề thống nhất để đánh giá chất lượng của MC là mức độ MC cho phép trang đạt được mục đích và mang lại trải nghiệm hài lòng cho người dùng. Đối với hầu hết các trang, chất lượng của MC có thể được xác định bằng mức độ **nỗ lực** (effort), **tính độc đáo** (nguyên bản/originality) và **tài năng** (talent) hoặc **kỹ năng** (skill) tạo ra nội dung. Đối với các trang thông tin và các trang về chủ đề YMYL, **tính chính xác** (accuracy) và nhất quán với sự đồng thuận tốt của chuyên gia là điều quan trọng.

Nỗ lực: Xem xét mức độ mà con người tích cực làm việc để tạo ra nội dung thỏa mãn người dùng. Nỗ lực có thể là trực tiếp, chẳng hạn như một người dịch một bài thơ từ ngôn ngữ này sang ngôn ngữ khác. Nỗ lực có thể được thực hiện trong việc thiết kế chức năng của trang hoặc xây dựng hệ thống hỗ trợ trang web, chẳng hạn như tạo một trang cung cấp dịch vụ dịch máy cho người dùng. Mặt khác, việc tự động tạo hàng nghìn trang bằng cách chạy nội dung có sẵn miễn phí hiện có thông qua phần mềm dịch thuật hiện có mà không có bất kỳ sự giám sát, quản lý thủ công nào, v.v., sẽ không được coi là nỗ lực của con người.

Đối với các trang như bài đăng trên mạng xã hội hoặc thảo luận trên diễn đàn, mức độ tham gia và chiều sâu của cuộc trò chuyện là một phần quan trọng của nỗ lực. Sự đóng góp từ nhiều cá nhân trên các trang như vậy có thể chiếm một lượng đáng kể tổng nỗ lực của con người.

Tính nguyên bản/độc đáo: Xem xét mức độ nội dung cung cấp nội dung nguyên bản, độc đáo không có trên các website khác. Nếu các website khác có nội dung tương tự, hãy xem xét liệu trang đó có phải là nguồn gốc hay không.

Tài năng hoặc Kỹ năng: Xem xét mức độ nội dung được tạo ra với đủ tài năng và kỹ năng để mang lại trải nghiệm hài lòng cho những người truy cập trang.

Độ chính xác: Đối với các trang thông tin, hãy xem xét mức độ chính xác về mặt thực tế của nội dung. Đối với các trang về chủ đề YMYL, hãy xem xét mức độ chính xác và nhất quán của nội dung với sự đồng thuận vững chắc từ phía chuyên gia.

Mục đích của trang, chủ đề của trang và kiểu website đều đóng vai trò quan trọng trong cách đánh giá chất lượng MC. Ví dụ, sự nhất quán với sự đồng thuận lâu dài của chuyên gia là điều quan trọng đối với tư vấn y tế. Kỹ năng rất quan trọng đối với các video hướng dẫn. Tài năng và sự độc đáo rất quan trọng để thể hiện nghệ thuật. Lượng nỗ lực dự kiến dành cho một video ngắn được chia sẻ trên mạng xã hội ít hơn so với một bộ phim tài liệu dài, được sản xuất chuyên nghiệp trên một website phát trực tuyến video, nhưng cả hai đều cần đủ nỗ lực để tạo ra nội dung thỏa mãn mục đích của mình. Hãy suy nghĩ về nỗ lực, tính độc đáo, tài năng hoặc kỹ năng đối với loại trang mà bạn đang đánh giá.

Đối với mỗi trang bạn đánh giá, hãy dành vài phút để kiểm tra MC trước khi đưa ra kết luận về nó. Đọc bài viết, xem video, xem xét hình ảnh, sử dụng ứng dụng tính toán, chơi trò chơi trực tuyến, v.v. Hãy nhớ rằng MC cũng bao gồm các tính năng và chức năng của trang, vì vậy hãy kiểm tra trang đó. Ví dụ: nếu trang này là trang sản phẩm trên website bán hàng, hãy đặt ít nhất một sản phẩm vào giỏ hàng để đảm

bảo giở hàng đang hoạt động. Nếu trang này là một trò chơi trực tuyến, hãy thử tự mình chơi trò chơi đó. Hãy cố gắng hết sức để tưởng tượng rằng bạn là người rất quan tâm đến chủ đề, chức năng hoặc mục đích mà trang phục vụ, sau đó nghĩ xem MC sẽ khiến người đó hài lòng như thế nào.

MC chất lượng cao và thấp có ở tất cả các định dạng (ví dụ: văn bản, âm thanh, video, hình ảnh) và mọi độ dài (ví dụ: video dạng ngắn và phim tài liệu chuyên nghiệp có thời lượng đầy đủ). Nội dung chất lượng cao và chất lượng thấp cũng tồn tại trên tất cả các loại website, từ trang cá nhân nhỏ đến trang công ty lớn, từ diễn đàn và mạng xã hội đến website xử lý các giao dịch tài chính. Hãy suy nghĩ kỹ về điều gì giúp trang đạt được mục đích và điều gì khiến MC tạo ra sự hài lòng cho người dùng.

3.3 Danh tiếng của Website và Người sáng tạo Nội dung

Một phần quan trọng trong xếp hạng PQ là hiểu được danh tiếng (reputation) của website. Nếu website không phải là người tạo MC chính thì điều quan trọng là phải nghiên cứu danh tiếng của người tạo nội dung.

Nghiên cứu danh tiếng nên được thực hiện theo chủ đề của trang. Ví dụ: nếu trang chứa thông tin y tế, hãy nghiên cứu danh tiếng của website và người tạo nội dung trong mảng cung cấp thông tin y tế. Một website có thể là nguồn truy cập hàng đầu cho một loại nội dung (ví dụ: video hài hước) nhưng lại là nguồn không đáng tin cậy cho một loại nội dung khác (ví dụ: thông tin tài chính).

Danh tiếng của website hoặc người sáng tạo nội dung cũng có thể giúp bạn hiểu được website hoặc người tạo nội dung đó được biết đến nhiều nhất là nhờ điều gì. Ví dụ: các tờ báo có thể được biết đến với những bài báo điều tra độc lập, chất lượng cao trong khi các website châm biếm có thể được biết đến với tính hài hước. Một nhà báo (người sáng tạo nội dung) có thể được biết đến nhờ sự rõ ràng trong các bài báo khoa học của họ trong khi một blogger ẩm thực (người sáng tạo nội dung) có thể được biết đến nhờ các công thức nấu ăn ngon tuyệt mà họ đăng trực tuyến.

Lưu ý rằng một công ty hoặc cá nhân có thể tạo nội dung trên nhiều website khác nhau. Ví dụ: một tờ báo có thể có website riêng, tải nội dung video của họ lên trang chuyên chia sẻ video, đăng thông tin cập nhật lên mạng xã hội và đóng góp nội dung cho kênh truyền hình. Một chuyên gia về một chủ đề nào đó có thể xuất bản các tài liệu nghiên cứu, có một blog dài và chia sẻ những cập nhật ngắn trên mạng xã hội. Trong những trường hợp này, bạn nên tìm hiểu tổng thể về công ty hoặc người sáng tạo nội dung.

Nghiên cứu danh tiếng đặc biệt quan trọng để phát hiện các website và người sáng tạo nội dung không đáng tin cậy. Bề ngoài nội dung có thể trông đẹp mắt nhưng nghiên cứu về danh tiếng có thể vạch trần các hành vi lừa đảo (scams), gian lận (fraud) hoặc các dấu hiệu nguy hiểm khác. Bạn không bao giờ biết những gì bạn sẽ tìm thấy trừ khi bạn nhìn kỹ! Vì vậy, nghiên cứu danh tiếng là cần thiết cho tất cả các nhiệm vụ xếp hạng PQ.

3.3.1 Danh tiếng của website

Danh tiếng của một website dựa trên trải nghiệm của người dùng thực và ý kiến của những người là chuyên gia. Website có thể đại diện cho các công ty, tổ chức có thực, cũng như các thực thể khác. Nghiên cứu danh tiếng áp dụng cho cả website và công ty, tổ chức hoặc thực thể thực tế mà website đó đại diện.

Nhiều website mong muốn cho người dùng biết họ tuyệt vời như thế nào. Công việc của bạn là đánh giá độc lập Chất lượng Trang của website, không chỉ chấp nhận thông tin xuất hiện trên một hoặc hai trang của website mà không cần xác minh thêm. Hãy nghi ngờ những tuyên bố mà các website đưa ra về chính họ, đặc biệt khi có xung đột lợi ích rõ ràng.

Thay vào đó, hãy tìm kiếm các đánh giá, tài liệu tham khảo, đề xuất độc lập của các chuyên gia, các bài báo và các nguồn thông tin đáng tin cậy khác về website. Tìm kiếm thông tin được viết bởi một cá nhân hoặc tổ chức, không phải số liệu thống kê hoặc thông tin do máy biên soạn. Các bài báo, bài viết trên Wikipedia, bài đăng trên blog, bài trên tạp chí, thảo luận trên diễn đàn và xếp hạng từ các tổ chức độc lập đều có thể là nguồn thông tin danh tiếng chất lượng.

Đối với các chủ đề YMYL, danh tiếng của một website phải được đánh giá dựa trên những gì các chuyên gia trong lĩnh vực này nói. Khuyến nghị từ các nguồn chuyên gia, chẳng hạn như các hiệp hội chuyên nghiệp (professional societies), là bằng chứng mạnh mẽ về danh tiếng tích cực.

Nguồn thông tin danh tiếng cũng sẽ khác nhau tùy theo chủ đề hoặc loại hình công ty/tổ chức/đơn vị mà website đại diện. Ví dụ: bạn có thể thấy rằng một tờ báo (có website tương ứng) đã giành được giải thưởng báo chí. Các giải thưởng danh giá hoặc lịch sử đưa tin gốc chất lượng cao là bằng chứng mạnh mẽ về danh tiếng tích cực của các website tin tức.

Lưu ý rằng một số loại thông tin về một website không liên quan đến danh tiếng của nó. Ví dụ: các website như [Similarweb](#) có thông tin về lưu lượng truy cập Internet vào website nhưng không cung cấp bằng chứng về danh tiếng tích cực hay tiêu cực. Bạn có thể bỏ qua loại thông tin này vì nó không hữu ích cho xếp hạng PQ.

3.3.2 Đánh giá của khách hàng cũng được coi là thông tin về danh tiếng

Đánh giá của khách hàng có thể hữu ích trong việc đánh giá danh tiếng của cửa hàng, doanh nghiệp hoặc bất kỳ website nào cung cấp sản phẩm hoặc dịch vụ cho người dùng. Bạn có thể coi một số lượng lớn các đánh giá chi tiết, đáng tin cậy, tích cực của người dùng là bằng chứng về danh tiếng tích cực cho một cửa hàng hoặc doanh nghiệp.

Tuy nhiên, bạn nên giải thích các đánh giá của khách hàng một cách cẩn thận, đặc biệt nếu chỉ có một số ít. Hãy ghi nhớ những điều sau:

- **Hãy hoài nghi về cả đánh giá tích cực và tiêu cực.** Bất kỳ ai cũng có thể viết chúng, kể cả chủ sở hữu website hoặc người mà cửa hàng hoặc doanh nghiệp thuê cho mục đích này.
- **Cố gắng tìm càng nhiều đánh giá càng tốt.** Bất kỳ cửa hàng hoặc doanh nghiệp nào cũng có thể nhận được một vài đánh giá tiêu cực—điều này là hoàn toàn bình thường và được mong đợi. Các cửa hàng và công ty lớn nhận được hàng nghìn đánh giá và hầu hết đều tồn tại một số đánh giá tiêu cực.

- **Đọc các bài đánh giá vì nội dung của các bài đánh giá là điều quan trọng chứ không chỉ con số hay xếp hạng sao.** Các báo cáo đáng tin cậy, thuyết phục về gian lận và sai phạm tài chính là bằng chứng cho thấy danh tiếng cực kỳ tiêu cực. Mặt khác, sự vụ tranh luận với một nhân viên bán hàng thô lỗ hoặc việc nhận một gói hàng chậm trễ không được coi là thông tin tiêu cực về danh tiếng. Hãy sử dụng phán đoán của bạn.

3.3.3 Cách tìm kiếm thông tin danh tiếng về một website

Dưới đây là cách nghiên cứu danh tiếng của website:

1. Xác định “homepage / trang chủ” của website. Ví dụ: đối với website IBM, ibm.com là trang chủ. Bạn có thể cần xác định người tạo nội dung nếu người đó khác với người tạo nội dung trên toàn bộ website.

2. Lấy ibm.com làm ví dụ, hãy thử một hoặc nhiều tìm kiếm sau trên Google:

- [ibm -site:ibm.com] – Tìm kiếm IBM loại trừ các trang trên ibm.com.
- [“ibm.com” -site:ibm.com] – Tìm kiếm “ibm.com” loại trừ các trang trên ibm.com.
- [ibm đánh giá -site:ibm.com] – Tìm kiếm các đánh giá của IBM loại trừ các trang trên ibm.com.
- [“ibm.com” đánh giá -site:ibm.com] – Tìm kiếm các đánh giá về “ibm.com” loại trừ các trang trên ibm.com.

Lưu ý: Khi tìm kiếm thông tin uy tín, hãy cố gắng tìm những nguồn không phải do website hoặc chính công ty viết hoặc tạo. Ví dụ: IBM có thể có các trang truyền thông xã hội chính thức được hăng duy trì chặt chẽ, những trang này sẽ không được coi là nguồn thông tin danh tiếng độc lập về công ty. Xem [ở đây](#) (bài viết trên Wikipedia) về việc xác định và sử dụng các nguồn độc lập.

3. Tìm kiếm các bài viết, tài liệu tham khảo, khuyến nghị của các chuyên gia và thông tin đáng tin cậy khác do mọi người viết về website.

Các bài báo cung cấp thông tin chất lượng cao có thể là nguồn thông tin danh tiếng tốt. Tìm kiếm những bài viết như vậy. Ví dụ: hãy thử [ibm site:en.wikipedia.org]. Các bài báo cung cấp thông tin có thể giúp bạn tìm hiểu về một công ty và có thể bao gồm thông tin cụ thể về danh tiếng, chẳng hạn như các giải thưởng và các hình thức công nhận khác, hoặc cả những tranh cãi và các vấn đề khác. Lưu ý rằng một số bài viết cung cấp thông tin bao gồm thông báo cảnh báo người dùng rằng có những bất đồng về một số nội dung hoặc nội dung có thể đã lỗi thời. Đây có thể là một dấu hiệu cho thấy nghiên cứu, tìm hiểu bổ sung là cần thiết.

4. Hãy chắc chắn rằng thông tin bạn tìm thấy là phù hợp để đánh giá danh tiếng của website. Ví dụ: thông tin danh tiếng cho các chủ đề YMYL phải đến từ các nguồn có kiến thức chuyên môn về chủ đề YMYL liên quan.

Dưới đây là một số ví dụ về thông tin danh tiếng:

Trang mạng	Thông tin uy tín về website	Sự miêu tả
annualcreditreport.com	Search results for [annualcreditreport.com-site:annualcreditreport.com] Wikipedia article about annualcreditreport.com	Thông tin danh tiếng tích cực: Người dùng ở Hoa Kỳ có thể nhận báo cáo tín dụng miễn phí trên website này bằng cách cung cấp Số An sinh Xã hội của họ. Lưu ý rằng bài viết trên Wikipedia cho chúng ta biết rằng “AnnualCreditReport.com là nguồn duy nhất được liên bang ủy quyền và được ủy quyền để lấy báo cáo tín dụng miễn phí.”

	Reputable article about annualcreditreport.com	
clevelandclinic.org	Search results for [clevelandclinic.org] Wikipedia article about clevelandclinic.org Reputable article about the best hospitals in the U.S.	Thông tin danh tiếng tích cực: Theo Wikipedia, Phòng khám Cleveland “hiện được coi là một trong 4 bệnh viện hàng đầu ở Hoa Kỳ” có thể được khẳng định qua các bài báo uy tín được trích dẫn trong phần tài liệu tham khảo. Người dùng có thể tin tưởng vào thông tin y tế trên website này.
csmonitor.com	Search results for [csmonitor.com -site:csmonitor.com] Wikipedia article about The	Thông tin danh tiếng tích cực: Hãy chú ý đến phần được đánh dấu trong bài viết trên Wikipedia về tờ báo The Christian Science Monitor, trong đó cho chúng ta biết rằng tờ báo này đã giành được một số giải thưởng danh giá. Từ thông tin này, có thể suy ra

	Christian Science Monitor	rằng website csmonitor.com có danh tiếng tích cực.
kernel.org	Search results for [kernel.org -site:kernel.org] Wikipedia article about kernel.org	Thông tin danh tiếng tích cực: Theo bài viết trên Wikipedia, “Kernel.org là kho lưu trữ mã nguồn chính cho nhân Linux, nền tảng của hệ điều hành Linux phổ biến. Nó làm cho tất cả các phiên bản của mã nguồn có sẵn cho tất cả người dùng. Nó cũng lưu trữ nhiều dự án khác, như Google Android. Mục đích chính của trang này là tạo ra một kho lưu trữ dành cho các nhà phát triển nhân Linux.”
Site selling children’s jungle gym	Search to find reputation information Search to find reviews Negative review on a business review page 1	Thông tin danh tiếng cực kỳ tiêu cực: Website này có vẻ là một cửa hàng có giao diện hoàn hảo; tuy nhiên, có thể tìm thấy nhiều bằng chứng về danh tiếng tiêu cực. Doanh nghiệp có xếp hạng rất thấp trên một website về đánh giá doanh nghiệp. Có một bài báo về gian lận tài chính. Có nhiều đánh giá trên các website khác nhau mô tả người dùng gửi tiền và không nhận được gì.

	Negative review on a business review page 2 Negative news article	
Site selling products related to eyewear	Search to find reputation information Negative review on a business review page Wikipedia article Article about business' criminal behavior	Thông tin danh tiếng cực kỳ tiêu cực/có hại: Website này có hành vi tội phạm như đe dọa thể chất người dùng.
Organization serving the hospitalized	Negative review 1	Thông tin danh tiếng cực kỳ tiêu cực: Có rất nhiều bài viết tiêu cực chi tiết trên các trang tin tức và website giám sát từ thiện về tổ chức này mô

veterans community	Negative review 2 Negative review 3 Negative review 4	tả gian lận và xử lý sai trái về tài chính.
------------------------------------	---	---

3.3.4 Danh tiếng của người sáng tạo nội dung

Đối với cá nhân tác giả và người sáng tạo nội dung, các bài viết thông tin tiểu sử và thảo luận trực tuyến có thể là nguồn thông tin danh tiếng tốt. Mong muốn tìm thấy thông tin danh tiếng chính thức hơn về những người tạo ra nội dung với năng lực báo chí, khoa học, học thuật hoặc chuyên môn truyền thống khác vì họ thường cần uy tín trực tuyến để thành công trong nghề nghiệp. Bằng cấp giáo dục, xác nhận ngang hàng, đồng tác giả chuyên môn và trích dẫn có thể là bằng chứng về thông tin danh tiếng tích cực cho các chuyên gia xuất bản tác phẩm của họ. Lịch sử việc làm cũng có thể hỗ trợ danh tiếng tích cực cho các chủ đề mà việc đào tạo, bằng cấp hoặc kinh nghiệm là quan trọng.

Những người có ảnh hưởng và những người sáng tạo nội dung cá nhân khác kiếm được thu nhập trên nền tảng truyền thông xã hội cũng thường có sẵn thông tin về danh tiếng, từ chi tiết tiểu sử hoặc các bài báo cho đến các nguồn danh tiếng ít chính thức hơn như nhận xét của những người có ảnh hưởng khác trong lĩnh vực của họ.

Đối với những người sáng tạo nội dung không chuyên nghiệp, bao gồm cả những người bình thường đăng bài trên mạng xã hội hoặc diễn đàn, bạn có thể tìm thấy thông tin danh tiếng không chính thức trên chính trang đó, chẳng hạn như nhận xét của người khác về người tạo nội dung. Ví dụ: bạn có thể thấy nhận xét hoặc bài

đăng từ những người dùng khác có ích trong việc biết người khác nghĩ gì về một người sáng tạo nội dung cụ thể.

3.3.5 Bạn phải làm gì khi tìm thấy thông tin không có uy tín

Bạn có thể mong đợi là sẽ tìm thấy một số thông tin danh tiếng về các website lớn và những người sáng tạo nội dung nổi tiếng. Những người hoặc doanh nghiệp tạo nội dung với khả năng chuyên môn nhất định thường có sẵn một số thông tin về danh tiếng.

Tuy nhiên, các website nhỏ có thể có ít hoặc không có thông tin danh tiếng. Đây không phải là dấu hiệu của chất lượng cao hay thấp. Nhiều doanh nghiệp địa phương nhỏ hoặc tổ chức cộng đồng có “sự hiện diện trên web” nhỏ và dựa vào truyền miệng.

Hơn nữa, nhiều người bình thường tham gia vào các cuộc thảo luận trên diễn đàn hoặc đăng bài trên các trang mạng xã hội với tư cách cá nhân. Mọi người có thể sử dụng bí danh hoặc tên người dùng để đăng bài nhằm tránh chia sẻ thông tin nhận dạng cá nhân trực tuyến. Do vậy có thể không có thông tin danh tiếng cho một số cá nhân. Việc thiếu danh tiếng về những người đăng *nội dung cá nhân* không phải là dấu hiệu tích cực hay tiêu cực trong đánh giá của bạn về trang.

Cuối cùng, hãy nhớ rằng có một số cân nhắc quan trọng liên quan đến xếp hạng PQ (tham khảo lại phần 3.1). Danh tiếng là quan trọng, nhưng nếu website hoặc người tạo nội dung không có thông tin về danh tiếng, hãy chú ý hơn đến các cân nhắc về PQ khác, đặc biệt là khi đánh giá các trang về chủ đề YMYL.

3.4 Kinh nghiệm, Chuyên môn, Thẩm quyền và Tin cậy (E-E-A-T)

Kinh nghiệm (Experience), Chuyên môn (Expertise), Thẩm quyền (Authoritativeness) và Tin cậy (Trust), được viết tắt theo các chữ cái đầu trong tiếng Anh là E-E-A-T đều là những cân nhắc quan trọng khi xếp hạng PQ (chất lượng trang). Thành viên quan trọng nhất, nằm ở trung tâm của gia đình E-E-A-T là **Tin cậy**.



Sự tin cậy là trung tâm trong EEAT

Tin cậy: Xem xét mức độ chính xác (accurate), trung thực (honest), an toàn (safe) và uy tín (reliable) của trang.

Loại và mức độ **Tin cậy** cần thiết tùy thuộc vào kiểu trang, ví dụ:

- **Các cửa hàng trực tuyến** cần hệ thống thanh toán trực tuyến an toàn và dịch vụ khách hàng đáng tin cậy.
- **Đánh giá sản phẩm** phải trung thực và được viết ra để giúp người khác đưa ra quyết định mua hàng sáng suốt (chứ không chỉ để bán sản phẩm).
- **Các trang thông tin thuộc về chủ đề YMYL** phải chính xác để tránh gây tổn hại cho con người và xã hội.
- **Các bài đăng trên mạng xã hội về các chủ đề không phải YMYL** có thể không cần mức độ Tin cậy cao, chẳng hạn như khi mục đích của bài đăng là để giải trí cho khán giả và nội dung của bài đăng không có nguy cơ gây hại.

Kinh nghiệm, Chuyên môn và Thẩm quyền là những khái niệm quan trọng có thể hỗ trợ bạn đánh giá về sự Tin cậy:

Kinh nghiệm: Xem xét mức độ mà người tạo nội dung có kinh nghiệm trực tiếp hoặc kinh nghiệm sống cần thiết cho chủ đề. Nhiều loại trang đáng tin cậy và đạt được mục đích như mong đợi khi được tạo bởi những người có nhiều kinh nghiệm cá nhân. Ví dụ, bạn sẽ tin tưởng điều gì: bài đánh giá sản phẩm của người đã đích thân sử dụng sản phẩm hoặc bài đánh giá của người chưa sử dụng nó bao giờ?

Chuyên môn: Xem xét mức độ mà người tạo nội dung có kiến thức hoặc kỹ năng cần thiết cho chủ đề. Các chủ đề khác nhau đòi hỏi trình độ và loại chuyên môn khác nhau để đáng tin cậy. Ví dụ: bạn sẽ tin tưởng điều nào: lời khuyên đi lại dây điện trong nhà từ một thợ điện lành nghề hay từ một người đam mê đồ cổ nhưng không có kiến thức về điện đóm?

Thẩm quyền: Xem xét mức độ mà người tạo nội dung hoặc website được biết đến như một nguồn truy cập hàng đầu cho chủ đề. Mặc dù hầu hết các chủ đề không có một website hoặc người tạo nội dung chính thức, có thẩm quyền, nhưng khi có thì website hoặc người tạo nội dung đó thường nằm trong số những nguồn đáng tin cậy (trustworthy) và uy tín (reliable) nhất. Ví dụ: trang hồ sơ doanh nghiệp địa phương trên mạng xã hội có thể là nguồn có thẩm quyền và đáng tin cậy cho những sản phẩm hiện đang được bán. Trang chính thức của chính phủ để nhận hộ chiếu là nguồn duy nhất, chính thức và có thẩm quyền để gia hạn hộ chiếu.

Kinh nghiệm, Chuyên môn và Thẩm quyền có thể chồng lấp lên nhau đối với một số loại trang và chủ đề (ví dụ: ai đó có thể phát triển *Chuyên môn* về một chủ đề do *Kinh nghiệm* trực tiếp được tích lũy theo thời gian) và các kết hợp E-E-A khác nhau có thể liên quan đến các chủ đề khác nhau. Bạn nên xem xét mục đích, loại và chủ đề của trang, sau đó tự hỏi điều gì sẽ khiến người tạo nội dung trở thành nguồn đáng tin cậy trong bối cảnh đó.

Tin cậy/Niềm tin là thành viên quan trọng nhất trong gia đình E-E-A-T, vì các trang không đáng tin cậy có E-E-A-T thấp cho dù họ có vẻ có kinh nghiệm, chuyên gia hay có thẩm quyền đến đâu đi chăng nữa. Ví dụ: một vụ lừa đảo tài chính là không đáng tin cậy, ngay cả khi người sáng tạo nội dung là một kẻ lừa đảo có kinh nghiệm và chuyên môn cao, hay được coi là kẻ lừa đảo hàng đầu!

Khi nói đến xếp hạng Chất lượng Trang, đánh giá của bạn về E-E-A-T phải dựa trên một hoặc nhiều điều sau:

- **Website hoặc người tạo nội dung nói gì về chính họ:** Hãy xem trang “Giới thiệu về chúng tôi” trên website hoặc trang hồ sơ (profile) của người tạo nội dung làm điểm bắt đầu. Website hoặc người tạo nội dung có phải là nguồn đáng tin cậy dựa trên thông tin này không?
- **Người khác nói gì về website hoặc người sáng tạo nội dung:** Tìm kiếm các đánh giá độc lập, tài liệu tham khảo, bài báo và các nguồn thông tin đáng tin cậy khác về website hoặc người sáng tạo nội dung. Có bằng chứng độc lập, uy tín nào cho thấy website hoặc người tạo nội dung đó có kinh nghiệm, có kiến thức chuyên môn, có thẩm quyền hoặc được coi là đáng tin cậy không? Có bằng chứng độc lập, uy tín nào cho thấy website hoặc người sáng tạo nội dung đó không đáng tin cậy không?
- **Những gì đang được hiển thị trên trang? Bao gồm Nội dung chính và các phần như đánh giá và nhận xét:** Đối với một số loại trang, mức độ kinh nghiệm và kiến thức chuyên môn có thể nhìn thấy rõ ràng từ chính MC. Bạn có thể thu thập bằng chứng gì từ việc kiểm tra MC hoặc kiểm tra trang? Ví dụ: bạn có thể nhận biết ai đó là chuyên gia về tạo kiểu tóc bằng cách xem video họ thực hiện (tạo kiểu tóc cho ai đó) và đọc nhận xét của người khác (người

nhận xét thường hay nhấn mạnh vào chuyên môn hoặc thiếu kiến thức chuyên môn).

Quan trọng: Website hoặc người tạo nội dung có thể không phải là nguồn đáng tin cậy nếu có xung đột lợi ích rõ ràng. Ví dụ: đánh giá sản phẩm của những người dùng sản phẩm và chia sẻ kinh nghiệm của họ có thể rất có giá trị và đáng tin cậy. Tuy nhiên, “đánh giá” của nhà sản xuất sản phẩm (“Sản phẩm của chúng tôi rất tuyệt!”) hoặc “đánh giá” từ người có ảnh hưởng (influencer) được trả tiền để quảng cáo sản phẩm đó sẽ không đáng tin cậy do xung đột lợi ích.

Cuối cùng, có nhiều khía cạnh của sự Tin cậy, một số khía cạnh không được nắm bắt bởi Kinh nghiệm, Chuyên môn và Thẩm quyền. Vui lòng xem xét các khía cạnh khác trong đánh giá Độ tin cậy tổng thể của bạn, chẳng hạn như thông tin dịch vụ khách hàng dành cho các cửa hàng trực tuyến hoặc các ấn phẩm được bình duyệt dành cho các tác giả học thuật. Nếu một trang không đáng tin cậy vì bất kỳ lý do gì thì trang đó có E-E-A-T thấp.

3.4.1 Chủ đề YMYL: Kinh nghiệm hay Chuyên môn?

Các trang về chủ đề YMYL có thể được tạo cho nhiều mục đích khác nhau. Nếu mục đích của một trang về **chủ đề YMYL rõ ràng** là cung cấp thông tin hoặc đưa ra lời khuyên thì trang đó có thể cần *phải có trình độ chuyên môn cao để đáng tin cậy*.

Tuy nhiên, đôi khi các trang về chủ đề YMYL được tạo ra để chia sẻ kinh nghiệm cá nhân, thường liên quan đến những thử thách khó khăn trong cuộc sống. Mọi người tìm đến nhau khi cần chia sẻ kinh nghiệm của bản thân, tìm kiếm sự an ủi hoặc nguồn cảm hứng và học hỏi từ người khác. Thông tin thực tế từ các chuyên gia và các nguồn có thẩm quyền có thể không đáp ứng được nhu cầu này.

Các trang chia sẻ trải nghiệm sống trực tiếp về các chủ đề YMYL rõ ràng có thể được coi là có E-E-A-T cao *miễn là* nội dung đáng tin cậy, an toàn và nhất quán với sự đồng thuận vững chắc từ các chuyên gia. Ngược lại, vẫn có một số loại thông tin và lời khuyên thuộc chủ đề YMYL phải đến từ các chuyên gia.

Dưới đây là một số ví dụ:

Chủ đề YMYL	Những chia sẻ quý giá về Kinh nghiệm sống	Thông tin hoặc lời khuyên tốt nhất nên dành cho Chuyên gia
Giấc ngủ không tốt khi mang thai <i>(YMYL dạng Sức khỏe hoặc An toàn)</i>	Những lời khuyên và thủ thuật an toàn và phi y tế để ngủ trong ba tháng cuối của thai kỳ, được cung cấp bởi những người đã phải vật lộn với khó khăn này, ví dụ: cách sử dụng gối để ngủ thoải mái ở tư thế an toàn cho mẹ bầu và em bé.	Thuốc ngủ an toàn khi mang thai.
Điều trị ung thư gan <i>(YMYL dạng Sức khỏe hoặc An toàn)</i>	Một diễn đàn thảo luận chân thành và tôn trọng, nơi mọi người mô tả cách họ đối phó với việc điều trị ung thư gan.	Các lựa chọn điều trị khác nhau cho bệnh ung thư gan và tuổi thọ liên quan tương ứng với mỗi phương pháp điều trị.

Điền vào các biểu mẫu thuế <i>(YMYL dạng An toàn tài chính)</i>	Video hài hước của một người sáng tạo nội dung không chuyên về nỗi bức xúc khi đóng thuế.	Hướng dẫn cách điền tờ khai thuế.
Tiết kiệm để nghỉ hưu <i>(YMYL dạng An toàn tài chính)</i>	Đánh giá về dịch vụ tiết kiệm hưu trí của những người có kinh nghiệm trực tiếp sử dụng các dịch vụ này.	Lời khuyên về cách đầu tư khi nghỉ hưu: tiết kiệm bao nhiêu, đầu tư vào loại tài sản nào, bạn sẽ cần bao nhiêu tiền để nghỉ hưu ở một độ tuổi cụ thể, v.v.
Cách bỏ phiếu <i>(YMYL dạng xã hội)</i>	Một bài đăng trên mạng xã hội của một công dân bình thường mô tả lý do tại sao cá nhân họ tin rằng việc bỏ phiếu trong các cuộc bầu cử địa phương là quan trọng.	Thông tin về người đủ điều kiện bỏ phiếu hoặc cách đăng ký bỏ phiếu.

4.0 Trang có chất lượng thấp nhất

Các trang có chất lượng thấp nhất là không đáng tin cậy, lừa đảo, có hại cho mọi người hoặc xã hội hoặc có những đặc điểm không mong muốn khác. Các yếu tố cần cân nhắc cho **Chất lượng thấp nhất** bao gồm chất lượng của MC (nội dung chính), danh tiếng, E-E-A-T, v.v., nhưng có những bước kiểm tra đặc biệt mà bạn sẽ cần phải hoàn thành trước tiên.

Xin nhắc lại, rằng đây là các bước được dùng để thực hiện xếp hạng PQ (chất lượng trang):

1. Đánh giá mục đích thực sự của trang. Nếu website hoặc trang có mục đích gây hại hoặc được thiết kế để đánh lừa mọi người về mục đích thực sự của nó thì trang đó phải được xếp hạng **Thấp nhất**.
2. Đánh giá khả năng gây hại của trang như được mô tả trong các nguyên tắc này. Các website hoặc trang có hại cho mọi người hoặc xã hội, không đáng tin cậy hoặc spam như được chỉ định trong các nguyên tắc này sẽ nhận được xếp hạng **Thấp nhất**.
3. Mặt khác, xếp hạng PQ dựa trên mức độ trang đạt được mục đích của mình bằng cách sử dụng các tiêu chí được nêu trong các nguyên tắc này.

Bước 1 và 2 là quy trình sàng lọc để nhanh chóng phát hiện nội dung có hại trước khi áp dụng các biện pháp cân nhắc PQ khác.

Để xác định các trang có chất lượng **Thấp nhất**, hãy bắt đầu bằng cách xem xét những điều sau:

Xem xét ban đầu	Trang chất lượng Thấp nhất
Mục đích của trang	Xếp hạng Thấp nhất là bắt buộc nếu trang có mục đích gây hại hoặc nếu nó được thiết kế để đánh lừa mọi người về mục đích thực sự của nó hoặc ai chịu trách nhiệm về nội dung trên trang.
Khả năng trang gây hại như được mô tả trong các nguyên tắc này	Bắt buộc phải xếp hạng Thấp nhất nếu MC gây hại cho bản thân hoặc người khác, gây hại cho các nhóm cụ thể hoặc chứa thông tin sai lệch có hại.
Chủ đề của trang, loại website và mức độ áp dụng tiêu chuẩn YMYL	Một trang về bất kỳ chủ đề nào hoặc bất kỳ loại website nào đều có thể đủ điều kiện xếp hạng ở mức Thấp nhất. Giám sát đặc biệt các trang hoặc website cần mức độ tin cậy cao, chẳng hạn như cửa hàng trực tuyến, website y tế hoặc tin tức về các vấn đề dân sự quan trọng.

Tiếp theo, đánh giá trang để xác định xem có áp dụng bất kỳ tiêu chí nào cho xếp hạng **Thấp nhất** hay không:

Đánh giá chất lượng trang Thấp nhất	Bất kỳ một trong những điều sau đây sẽ là lý do giải thích cho mức xếp hạng Thấp nhất
Chất lượng MC	– Trang này bị tấn công, phá hủy hoặc bị spam. – Trang này vô nghĩa hoặc không có ý nghĩa. – MC được sao chép, được tạo tự động hoặc được tạo theo các cách khác mà không cần nỗ lực đầy đủ. – MC được tạo ra với rất ít nỗ lực, ít sự độc đáo, ít tài năng hoặc kỹ năng nên trang này không đạt được mục đích của nó.
Tiêu đề của trang	Tiêu đề trang cực kỳ gây hiểu nhầm, gây sốc hoặc phóng đại.
Vai trò của Quảng cáo và SC trên trang	MC bị cố tình cản trở hoặc che khuất do Quảng cáo, SC, trang xen kẽ, liên kết tải xuống hoặc nội dung khác đem lại lợi ích cho chủ sở hữu

	website nhưng không có lợi cho người truy cập website.
Thông tin được cung cấp bởi website và người tạo nội dung	Hoàn toàn thiếu thông tin về người chịu trách nhiệm về website và nội dung của nó đối với các trang YMYL hoặc các trang khác yêu cầu sự tin cậy.
Danh tiếng của website và người sáng tạo nội dung	Danh tiếng rất tiêu cực, bao gồm danh tiếng về hành vi độc hại hoặc có hại.
Độ tin cậy của trang: E-E-A-T	– Trang hoặc website đó rất không đáng tin cậy. – Việc thiếu kinh nghiệm, chuyên môn, thẩm quyền hoặc sự tin cậy khiến trang không đạt được mục đích.

4.1 Các loại trang có chất lượng thấp nhất

Có nhiều biến thể và hình thức khác nhau mà các trang **Thấp nhất** có thể có. Để giúp bạn theo dõi, bảng bên dưới sắp xếp các trang **Thấp nhất** thành ba danh mục chính: Có hại (Harmful), Không đáng tin cậy (Untrustworthy) và Spam. Các danh mục này có thể trùng lặp (ví dụ: các trang chứa thông tin gây hiểu lầm thì có hại và cũng không đáng tin cậy).

Loại trang thấp nhất	Sự miêu tả	Phản tham khảo
Có hại cho bản thân hoặc cá nhân khác	Các trang khuyến khích, mô tả, kích động hoặc trực tiếp gây tổn hại về thể chất, tinh thần, cảm xúc hoặc tài chính cho bản thân hoặc các cá nhân khác. Những ví dụ bao gồm: – Hướng dẫn chi tiết cách tự tử. – Hướng dẫn chi tiết, thực tế và nghiêm túc được viết với mục đích giúp ai đó phạm tội giết người.	Phần 4.2
Có hại cho các nhóm cụ thể	Các trang khuyến khích, dung túng hoặc kích động bạo lực hoặc thù hận chống lại một Nhóm người cụ thể (như được định nghĩa trong Phần 4.3).	

	Những ví dụ bao gồm: – Nội dung khuyến khích bạo lực hoặc đối xử tệ bạc đối với một Nhóm người cụ thể. – Nội dung có định kiến cực kỳ phản cảm/mất nhân tính đối với một Nhóm người cụ thể.	Phần 4.3
Thông tin sai lệch có hại	Các trang đưa thông tin sai lệch đến mọi người theo cách có thể gây hại. Những ví dụ bao gồm: – Thông tin có hại rõ ràng không chính xác có thể dễ dàng bị bác bỏ bởi những sự thật đơn giản và được chấp nhận rộng rãi. – Các lý thuyết/tuyên bố có hại không có căn cứ và không có cơ sở trên bất kỳ sự kiện hoặc bằng chứng hợp lý nào.	Phần 4.4

Các trang web không đáng tin cậy	Các trang hoặc website lừa đảo hoặc có đặc điểm không đáng tin cậy. Những ví dụ bao gồm: – Các trang hoặc website có mục đích hoặc thiết kế lừa đảo. – Các trang hoặc website được thiết kế để thao túng mọi người thực hiện các hành động có lợi cho website hoặc tổ chức khác đồng thời lại gây tổn hại cho bản thân, người khác hoặc Nhóm người cụ thể.	Phần 4.5
Trang web spam	Các trang có đặc điểm webspam như được xác định trong Google Search Essentials Guidelines và/hoặc Mục 4.6 của các nguyên tắc này . Những ví dụ bao gồm: – Các trang được tạo có chủ ý không có MC hoặc MC vô nghĩa.	Phần 4.6

	– Các trang bị tấn công, bị phá hoại hoặc bị spam.	
--	--	--

Quan trọng: Có rất nhiều nội dung mà nhiều người sẽ thấy gây tranh cãi, phiền diện hoặc khó chịu nhưng lại không đáp ứng tiêu chí **Thấp nhất** như được mô tả trong các nguyên tắc này. Bạn hãy sử dụng phán đoán của mình để tuân theo các tiêu chuẩn được nêu trong Phần 4.0 thay vì dựa vào ý kiến cá nhân.

4.2 Có hại cho bản thân hoặc cá nhân khác

Sử dụng xếp hạng **Thấp nhất** cho các trang có nội dung khuyến khích, mô tả, kích động hoặc trực tiếp gây hại cho bản thân hoặc cá nhân khác.

Tác hại bao gồm tổn hại về thể chất, tinh thần, cảm xúc hoặc tài chính đối với con người. Các Trang sẽ bị coi là Có hại cho Bản thân hoặc Cá nhân Khác nếu chúng trực tiếp cố gắng làm hại mọi người; khuyến khích hành vi có thể gây hại; mô tả nội dung cực kỳ bạo lực hoặc đẫm máu mà không có mục đích mang lại lợi ích/giáo dục; hoặc nói cách khác là gây tổn thương nghiêm trọng cho những người xem trang đó.

Các trang không nhất thiết phải gây hại cho tất cả mọi người thì mới bị coi là Có hại cho bản thân hoặc các cá nhân khác. Những người khác nhau có mức độ dễ bị lừa đảo, nhận thức về những mối nguy hiểm tiềm ẩn khác nhau (ví dụ: những hành động nguy hiểm được mô tả trong video đóng thế) và khả năng chấp nhận xem nội dung bạo lực/gây rối. Nếu có khả năng hợp lý rằng việc xem một trang cụ thể sẽ gây hại cho những người dễ bị tổn thương nhất thì điều đó vẫn phải được coi là có hại.

Các trang được tạo với mục đích có lợi là báo cáo, thảo luận hoặc thông báo về các hành động hoặc sự kiện có hại (ví dụ: giải trí hư cấu, tin tức có uy tín, giáo dục) thường không bị coi là Có hại cho Bản thân hoặc các Cá nhân khác. Ví dụ: việc vận

động nhằm mục đích thu hút sự chú ý đến các hành động hoặc sự kiện có hại trong thế giới thực (chẳng hạn như trang web mô tả cuộc biểu tình phản đối bạo lực gia đình) sẽ không bị coi là Có hại cho Bản thân hoặc các Cá nhân khác.

Dưới đây là một số ví dụ so sánh về nội dung có hại và không có hại cho bản thân hoặc các cá nhân khác:

Có hại cho bản thân hoặc cá nhân khác	KHÔNG gây hại cho bản thân hoặc cá nhân khác
– Kích động bạo lực đối với các cá nhân khác. – Đe dọa tử vong nghiêm trọng hoặc đe dọa nghe có vẻ thực tế. – Tiết lộ thông tin cá nhân của người khác với mục đích xấu nhằm nhằm mục tiêu vào họ hoặc thúc đẩy hành vi quấy rối đối với họ (ví dụ: “doxxing”). – Thông tin hướng dẫn mô tả cách thực hiện hành vi bạo lực theo cách dễ lặp lại. – Ủng hộ, tôn vinh hoặc tầm thường hóa bạo lực và hành động tàn bạo hoặc chê bai nạn nhân của bạo lực/sự tàn bạo. – Mô tả hoặc quảng bá thông tin tạo điều kiện hoặc dẫn đến tổn hại nghiêm trọng cho mọi người hoặc các cuộc	– Miêu tả bạo lực trong phim hành động. – Một câu chuyện tin tức về các sự kiện bạo lực. – Nội dung mang tính giáo dục có thể mô tả bạo lực hoặc hình ảnh thô tục. – Lời giải thích về các trò gian lận nhằm nâng cao nhận thức về chúng. – Mô tả các hoạt động nguy hiểm theo cách ngăn cản người khác cố gắng thực hiện điều tương tự (chẳng hạn như giải thích rõ ràng các rủi ro, mô tả kiến thức chuyên môn và thiết bị cần thiết, v.v.)

thảo luận nhằm bảo chữa cho việc lạm dụng con người. – Khuyến khích hành vi không an toàn hoặc giảm thiểu đáng kể rủi ro của các hoạt động vốn nguy hiểm (ví dụ: tiêu thụ sản phẩm tẩy rửa gia dụng). – Nội dung khuyến khích tự tử hoặc gây biếng ăn. Nội dung khuyến khích mọi người thực hiện hành vi có thể dẫn đến nhập viện hoặc tử vong. – Lời khuyên liên quan đến sức khỏe trái ngược với sự đồng thuận cao của chuyên gia và có thể gây tổn hại nghiêm trọng hoặc có thể ngăn cản ai đó thực hiện điều trị có tính sống còn.	
--	--

4.3 Có hại cho các nhóm người cụ thể

Sử dụng xếp hạng **Thấp nhất** cho các trang quảng bá, dung túng hoặc kích động thù hận chống lại một Nhóm người cụ thể.

Vì mục đích xếp hạng Chất lượng Tìm kiếm, Nhóm người cụ thể là một nhóm người có thể được xác định dựa trên:

- Tuổi (ví dụ: người lớn tuổi)

- Đẳng cấp (ví dụ: Dalit) {{Chú thích của người biên tập: Dalit là tầng lớp thấp nhất trong xã hội Ấn Độ}}
- Khuyết tật (ví dụ: người mù)
- Dân tộc (ví dụ: Roma)
- Nhận dạng và thể hiện giới tính (ví dụ: người chuyển giới)
- Tình trạng nhập cư (ví dụ: người có thị thực sinh viên)
- Quốc tịch (ví dụ: người Ý)
- chủng tộc (ví dụ: người châu Á)
- Tôn giáo (ví dụ: Cơ đốc giáo)
- Giới tính (ví dụ: nam giới)
- Xu hướng tình dục (ví dụ: đồng tính nữ)
- Tình trạng cựu chiến binh (ví dụ: Thủy quân lục chiến)
- Nạn nhân của một sự kiện bạo lực lớn và người thân của họ (ví dụ: nạn nhân của Holocaust)
- Bất kỳ đặc điểm nào khác có liên quan đến sự phân biệt đối xử hoặc bị gạt ra ngoài lề xã hội (ví dụ: người tị nạn, người vô gia cư)

Giọng điệu của nội dung có hại phải nghiêm túc (tức là không đùa giỡn hoặc châm biếm) hoặc ác ý (tức là nhằm mục đích hạ thấp hoặc thúc đẩy sự không khoan dung) thì mới được coi là Có hại cho các Nhóm người cụ thể. Sự thể hiện hài kịch hoặc nghệ thuật liên quan đến một Nhóm cụ thể sẽ không bị coi là có hại trừ khi nó rõ ràng mang tính ác ý hoặc có tác động có hại rõ ràng khác.

Việc chỉ trích các đối tượng, triết lý và ý tưởng thường không được coi là có hại cho các Nhóm cụ thể. Ví dụ, những lời chỉ trích tiêu cực về một học thuyết tôn giáo không nên được coi là nhắm vào Nhóm người cụ thể theo tôn giáo đó. Hãy nhớ rằng nội dung phải cổ vũ, dung túng hoặc kích động lòng căm thù của mọi người để bị coi là có hại cho các Nhóm người cụ thể.

Các trang giáo dục (ví dụ: định nghĩa, nghiên cứu, tài liệu học thuật), tin tức tường thuật hoặc các trang khác có mục đích mang lại lợi ích là cung cấp thông tin cho xã hội sẽ không bị coi là Có hại cho các Nhóm người cụ thể. Tương tự, các tài

liệu/video lịch sử nhằm ghi lại niềm tin của các thời đại khác nhau không bị coi là có hại cho các Nhóm cụ thể.

Dưới đây là một số ví dụ so sánh về nội dung có hại và không có hại cho các nhóm người cụ thể:

Có hại cho các nhóm người cụ thể	KHÔNG gây hại cho các nhóm người cụ thể
– Khuyến khích bạo lực hoặc đối xử tệ bạc đối với một Nhóm người cụ thể. – Thúc đẩy sự không khoan dung bằng cách thể hiện sự không sẵn lòng kiên quyết chấp nhận quan điểm, niềm tin hoặc hành vi của một Nhóm cụ thể. – Ngụ ý rằng một Nhóm người cụ thể cao cấp hơn hoặc kém hơn một Nhóm khác. – Chứa những định kiến cực kỳ xúc phạm/mất nhân tính đối với một Nhóm người cụ thể. Lưu ý rằng các khuôn mẫu có thể tiêu cực hoặc tích cực.	– Một bộ phim tài liệu lịch sử về Thế chiến thứ hai có các bài phát biểu của các nhà lãnh đạo Đức Quốc xã. – Một chương trình hài độc thoại thoát khỏi khuôn mẫu theo cách không ác ý. – Một bài báo về một tổ chức thù ghét. – Định nghĩa từ điển của một lời nói tục.

	– Một cuộc thảo luận về một văn bản tôn giáo cụ thể và quan điểm của nó về phụ nữ.
--	--

4.4 Thông tin sai lệch có hại

Sử dụng Xếp hạng **Thấp nhất** cho các trang gây hiểu lầm cho mọi người theo cách có thể gây hại cho con người và xã hội.

Các trang gây hiểu lầm (misleading) có thể được tạo ra nhằm mục đích cung cấp thông tin sai lệch cho mọi người hoặc người sáng tạo nội dung có thể tin rằng thông tin không chính xác mà họ đang chia sẻ là đúng sự thật. Có *tiêu chuẩn đặc biệt cao* về độ chính xác đối với các chủ đề YMYL rõ ràng hoặc các chủ đề khác mà thông tin không chính xác có thể gây hại. Hãy chắc chắn nghiên cứu các sự kiện hoặc tuyên bố có tính hệ quả khi cần thiết và trong phạm vi thời gian thực hiện nhiệm vụ cho phép.

Các trang sẽ bị coi là chứa Thông tin Gây hiểu lầm Có hại (Harmfully Misleading Information) khi chúng chứa ít nhất một trong các thông tin sau:

Loại thông tin gây hiểu lầm có hại	Miêu tả	Ví dụ

Thông tin có hại và rõ ràng là không chính xác.	Nội dung có thể bị bác bỏ bởi những sự thật đơn giản và được chấp nhận rộng rãi.	– Tuyên bố sai lầm rằng một nhà lãnh đạo thế giới đã chết. – Ngày sai cho một cuộc bầu cử.
Tuyên bố có hại mâu thuẫn với sự đồng thuận từ lâu nay của các chuyên gia.	Nội dung không phù hợp với quan điểm, sự kiện hoặc phát hiện được các cơ quan có thẩm quyền trong lĩnh vực liên quan nhất trí rộng rãi.	– Khẳng định quả chanh chữa được ung thư. – Tuyên bố rằng mua vé số là một cách đảm bảo để tiết kiệm cho việc nghỉ hưu.
Các lý thuyết/tuyên bố không có căn cứ có hại.	Nội dung không có cơ sở dựa trên bất kỳ sự kiện hoặc bằng chứng hợp lý nào, đặc biệt là những thông tin có thể làm xói mòn niềm tin vào các tổ chức công. Điều này bao gồm các lý thuyết không có căn cứ đã được vạch trần chi tiết, kỹ lưỡng hoặc quá kỳ quặc để có thể tin cậy được.	– Tuyên bố rằng vụ tấn công 11-9 là do chính phủ Hoa Kỳ lên kế hoạch. – Tuyên bố rằng các nhà lãnh đạo thế giới là người thần lẩn.

Thông tin gây hiểu lầm có hại có thể xuất hiện từ bất kỳ website hoặc người sáng tạo nội dung nào – ngay cả với những website / người sáng tạo nội dung có vẻ “chuyên nghiệp”, “có thẩm quyền” hoặc “chính thức”. Bất kỳ loại trang nào có Thông tin gây hiểu lầm có hại đều phải được xếp hạng Thấp nhất, bất kể nguồn nào.

Tuy nhiên, hãy lưu ý rằng một số loại thông tin mang tính chủ quan, gây tranh cãi, không thể xác minh hoặc không quan trọng. Ví dụ: các trang không được coi là chứa Thông tin gây hiểu lầm có hại nếu chúng chỉ chứa:

- Nội dung không phải YMYL được tạo ra với mục đích giải trí rõ ràng, không chứa đựng những tuyên bố chắc chắn về độ chính xác thực tế và không gây hại cho con người hoặc xã hội. Ví dụ bao gồm nhiều loại tiểu thuyết, châm biếm hoặc nhại lại, chiêm tinh, văn hóa dân gian, thần thoại và truyền thuyết đô thị.
- Bài đánh giá thể hiện sở thích cá nhân, ý kiến hoặc đánh giá dựa trên giá trị về sản phẩm, nhà hàng, sách/phim/chương trình truyền hình, v.v.
- Những tuyên bố có thể gây tranh cãi một cách hợp lý khi không có câu trả lời đúng hoặc sự thật nào được xác lập (ví dụ: thảo luận về hiệu quả tương đối của các hệ thống chăm sóc sức khỏe khác nhau).
- Lỗi không đáng kể hoặc thông tin không chính xác về một chủ đề tầm thường (ví dụ: không chính xác về chiều cao của một người nổi tiếng nào đó).

Các trang nhằm mục đích thuyết phục người khác rằng một góc nhìn hoặc quan điểm nhất định là đúng khá phổ biến trên Internet. Các trang có nội dung một chiều/có quan điểm/gây tranh cãi/phân cực không được coi là chứa Thông tin gây hiểu lầm có hại trừ khi chúng có thể gây hại cho các cá nhân hoặc Nhóm người cụ thể (như được mô tả ở trên) và chứa thông tin rõ ràng là không chính xác, mâu thuẫn với sự đồng thuận bấy lâu nay của chuyên gia hoặc không được căn cứ bởi các sự kiện/bằng chứng hợp lý.

Một trang web có thể bị coi là có Thông tin gây hiểu lầm có hại dựa trên MC hoặc các đặc điểm khác của trang hoặc thông tin về người sáng tạo nội dung (ví dụ: tiêu đề của một bài viết gây hiểu nhầm có hại, ngay cả khi bản thân bài viết đó không

phải vậy; người sáng tạo trình bày sai thông tin y tế của họ một cách trắng trợn trong video về chủ đề y tế).

Thông tin gây hiểu lầm có hại có thể đặc biệt khó xác định vì thông tin này có thể cần được nghiên cứu thêm từ các nguồn bên ngoài. Các website kiểm tra tính chính xác của sự kiện (reputable fact-checking) không phải lúc nào cũng có thể theo kịp số lượng lý thuyết/tuyên bố không có căn cứ được đưa ra trên Internet, và một số lý thuyết thậm chí có thể cho rằng thông tin vạch trần là không chính xác. Bạn nên cố gắng tìm những nguồn chất lượng, đáng tin cậy để kiểm tra độ chính xác và tìm kiếm sự đồng thuận của các chuyên gia nếu bạn không chắc chắn. Vui lòng nghiên cứu các lý thuyết và tuyên bố trong phạm vi thời gian nhiệm vụ cho phép. Nếu một lý thuyết/tuyên bố có vẻ cực kỳ khó tin và không thể được xác minh bởi các nguồn độc lập đáng tin cậy (independent trustworthy sources), bạn nên coi đó là không có căn cứ.

4.5 Các website hoặc trang không đáng tin cậy

Xếp hạng **Thấp nhất** nên được sử dụng cho các trang hoặc website mà bạn thực sự nghi ngờ đang tham gia vào các hoạt động lừa đảo hoặc độc hại.

Một số trang không đáng tin cậy được tạo ra để mang lại lợi ích cho website hoặc tổ chức đứng đằng sau hơn là giúp đỡ mọi người. Một số trang không đáng tin cậy thậm chí có thể tồn tại để gây hại cho những người tương tác với trang đó, chẳng hạn như lừa đảo hoặc tải xuống {{phần mềm, tài liệu, video, v.v.}} độc hại.

Đánh giá của bạn về mức độ không đáng tin cậy có thể dựa trên nội dung của trang, thông tin về website, thông tin về người tạo nội dung và danh tiếng của website hoặc của người tạo nội dung.

Đánh giá của bạn cũng có thể dựa trên việc thiếu thông tin cực kỳ quan trọng. Ví dụ: bất kỳ website nào liên quan đến giao dịch tài chính hoặc thông tin nhạy cảm đều phải có thông tin toàn diện về người chịu trách nhiệm về website và cách liên hệ với website nếu có sự cố xảy ra. Nếu một số khía cạnh của một trang hoặc website

khiến bạn nghi ngờ có sự lừa dối hoặc độc hại, vui lòng tìm kiếm thông tin về website đó. Nếu bạn không thể tìm thấy thông tin danh tiếng để xác nhận sự nghi ngờ của mình, hãy khám phá thêm website một cách cẩn thận.

Đôi khi, một trang riêng lẻ trên một website nào đó có thể có vẻ kỳ lạ nhưng việc khám phá tiếp theo không cho thấy điều gì đáng lo ngại. Tuy nhiên, nếu bạn thấy một mô hình có vẻ lừa dối hoặc thao túng hoặc trở nên đáng lo ngại về sự an toàn của chính mình, vui lòng sử dụng xếp hạng **Thấp nhất** và rời khỏi website đó ngay lập tức.

Các trang có các đặc điểm dưới đây sẽ được coi là Không đáng tin cậy (Untrustworthy):

- Thông tin không đầy đủ về website hoặc người tạo nội dung cho mục đích của nó.
- E-E-A-T thấp nhất hoặc danh tiếng thấp nhất.
- Mục đích lừa đảo, thiết kế trang lừa đảo hoặc ý định lừa đảo, gian lận.
- MC bị cố tình gây cản trở hoặc che khuất.
- Có đặc điểm của sự lừa đảo, dụ dỗ tải xuống độc hại hoặc hành vi có hại khác.
- Bất kỳ trang hoặc website nào được thiết kế để *thao túng mọi người* thực hiện các hành động có lợi cho website đó hoặc tổ chức khác đồng thời gây tổn hại cho bản thân, người khác hoặc Nhóm người cụ thể.

Quan trọng: Các trang có độ tin cậy thấp nhất phải được xếp hạng **Thấp nhất** ngay cả khi bạn không thể “chứng minh” trang web hoặc site đó là có hại. Bởi vì nhiều người không muốn sử dụng một trang có độ tin cậy rất thấp (highly untrustworthy) nên một trang hoặc website không đáng tin cậy sẽ không đạt được mục đích của nó.

4.5.1 Thông tin không đầy đủ về Website hoặc Người tạo nội dung cho mục đích của Trang cũng không có thông tin rõ ràng

Đối với các trang yêu cầu mức độ tin cậy cao, thông tin về người tạo nội dung và ai chịu trách nhiệm về nội dung là *rất quan trọng*.

Như đã thảo luận trong mục 2.5.3, chúng tôi hy vọng hầu hết các website đều có một số thông tin về ai là người chịu trách nhiệm về website (ví dụ: cá nhân, công ty, doanh nghiệp, tổ chức nào, v.v.) và ai đã tạo MC cũng như một số thông tin liên hệ, trừ khi có *lý do chính đáng để ẩn danh*. Như bạn sẽ thấy trong các ví dụ bên dưới, nhiều kiểu trang bị xếp hạng Thấp nhất như trang tải xuống độc hại và lừa đảo thường không có thông tin hoặc thông tin giả mạo về người chịu trách nhiệm (với mục đích ngăn chặn, né tránh những người bị tổn hại truy cứu).

Bất kỳ website nào xử lý dữ liệu cá nhân, thông tin riêng tư hoặc nhạy cảm đều phải cung cấp thông tin liên hệ dễ dàng tiếp cận được. Điều này bao gồm các website yêu cầu người dùng tạo mật khẩu, chia sẻ thông tin cá nhân hoặc thực hiện các giao dịch tài chính.

Các trang YMYL hoặc website xử lý dữ liệu nhạy cảm hoàn toàn không có thông tin về website hoặc người tạo nội dung sẽ được xếp hạng **Thấp nhất**.

4.5.2 E-E-A-T thấp nhất và danh tiếng thấp nhất của website hoặc của người tạo nội dung

Nếu E-E-A-T của một trang đủ thấp thì mọi người không thể hoặc không nên sử dụng MC của trang đó. Nếu một trang về chủ đề YMYL có mức độ chuyên môn rất kém thì trang đó sẽ bị coi là Không đáng tin cậy và được xếp hạng **Thấp nhất**.

Sử dụng xếp hạng **Thấp nhất** nếu website và người tạo nội dung có danh tiếng cực kỳ tiêu cực, đến mức nhiều người sẽ coi trang hoặc website đó là không đáng tin cậy.

Dưới đây là một số ví dụ ban đầu được trình bày trong mục 3.3.3. Tất cả các trang trên các website này phải được xếp hạng **Thấp nhất** vì danh tiếng cực kỳ tiêu cực hoặc độc hại của các chúng, khiến chúng không đáng tin cậy.

Lưu ý: Những ví dụ về các website này cũng có thể được coi là Có hại dưới một số hình thức. Đôi khi nghiên cứu về danh tiếng tiết lộ thông tin có thể không đáp ứng các tiêu chí để coi một website là có hại nhưng lại khiến website đó không đáng tin cậy.

Website	Miêu tả
Site selling children's jungle gym	Bằng chứng về hành vi lừa đảo: Có nhiều đánh giá trên website mô tả cách người dùng gửi tiền và không nhận lại được gì. Ngoài ra còn có một bài báo về việc doanh nghiệp này tham gia gian lận tài chính.
Site selling products related to eyewear	Bằng chứng về hành vi tội phạm: Website này có hành vi tội phạm như đe dọa tống tiền người dùng.
Organization serving the hospitalized veteran community	Bằng chứng về hành vi lừa đảo: Có rất nhiều bài viết tiêu cực trình bày chi tiết trên các trang tin tức và các website giám sát từ thiện mô tả hành vi gian lận và xử lý sai trái tài chính về tổ chức này.

4.5.3 Mục đích trang lừa đảo và thiết kế MC lừa đảo

Các trang hoặc website sẽ bị xem là không đáng tin cậy nếu chúng có mục đích lừa đảo. Những trang hoặc website này bề ngoài có vẻ có một mục đích nào đó nhưng thực tế lại tồn tại vì một lý do khác.

Tất cả các trang có mục đích lừa đảo và/hoặc MC lừa đảo phải được xếp hạng **Thấp nhất** vì các trang có hành vi lừa dối là Không đáng tin cậy.

Danh sách sau đây bao gồm một số loại trang có mục đích lừa đảo phổ biến. Tuy nhiên sẽ không có một danh sách nào có khả năng tập hợp đầy đủ tất cả các loại trang lừa đảo. Các website lừa đảo tiếp tục phát triển trong khi mọi người và công cụ tìm kiếm nỗ lực tìm ra cách các đối tượng này thực hiện hành vi lừa đảo như thế nào.

- **Trang web hoặc website mạo danh một website khác** (ví dụ: sao chép logo hoặc thương hiệu của một website mà không phải trong chương trình tiếp thị liên kết [unaffiliated site], URL bắt chước tên của website khác, v.v.)
- **Hồ sơ mạng xã hội không mang tính chân thực do kẻ mạo danh tạo.**
- **Trang web hoặc website trông giống như một nguồn tin tức hoặc trang thông tin nhưng trên thực tế có các bài viết nhằm thao túng người dùng** với mục đích mang lại lợi ích cho một cá nhân, doanh nghiệp, chính phủ hoặc tổ chức khác về mặt chính trị hoặc tiền bạc.
- **Một trang web tuyên bố đưa ra đánh giá độc lập hoặc chia sẻ thông tin khác về sản phẩm nhưng trên thực tế được tạo ra để kiếm tiền cho chủ sở hữu website mà không cố gắng giúp đỡ người dùng.** Ví dụ: MC có thể chứa thông tin cố ý gây hiểu lầm hoặc không chính xác được tạo ra với mục đích duy nhất là thu hút người dùng nhấp vào liên kết kiếm tiền (monetized links) hoặc mua sản phẩm.
- **Một website tự nhận là website cá nhân của một người nổi tiếng nhưng thực chất website này được tạo ra để kiếm tiền cho chủ sở hữu website mà không có sự cho phép của người nổi tiếng đó.** Ví dụ: trang này có thể

có lời chứng thực sai về một sản phẩm và được tạo ra với mục đích duy nhất là thu hút người dùng nhấp vào liên kết kiếm tiền hoặc mua sản phẩm.

- **Trang web có tiêu đề gây hiểu lầm hoặc tiêu đề không liên quan gì đến nội dung trên trang.** Những người truy cập trang mong đợi nội dung liên quan đến tiêu đề sẽ cảm thấy bị lừa.
- **Một trang hoặc website có thông tin lừa đảo.** Ví dụ: website có thể trình bày sai về người sở hữu site, sai về mục đích thực sự của website là gì, gian dối về cách nội dung được tạo ra như thế nào, cách liên hệ với site, v.v.

Một hình thức lừa dối khác là thông qua thiết kế của trang. Một số trang được thiết kế có chủ ý nhằm thao túng người dùng thực hiện hành động có lợi cho chủ sở hữu website hơn là giúp ích cho người dùng.

Dưới đây là một số loại trang phổ biến có thiết kế MC lừa đảo:

- **Các trang ngụy trang Quảng cáo thành MC.** MC thực tế có thể ở mức tối thiểu hoặc được tạo chỉ để khuyến khích người dùng nhấp vào Quảng cáo. Ví dụ: các trang tìm kiếm giả mạo (xem [ví dụ](#)) có danh sách các liên kết trông giống như một trang kết quả tìm kiếm. Nếu bạn nhấp vào một vài liên kết, bạn sẽ thấy trang đó chỉ là một tập hợp các Quảng cáo được ngụy trang dưới dạng kết quả của công cụ tìm kiếm. Có “hộp tìm kiếm”, nhưng việc gửi truy vấn mới cũng chỉ cung cấp cho bạn một trang Quảng cáo khác được ngụy trang dưới dạng kết quả tìm kiếm.
- **Các trang ngụy trang Quảng cáo dưới dạng liên kết điều hướng của website (navigation links).** Ví dụ: các trang thư mục giả mạo (xem [ví dụ](#)) trông giống như một tập hợp các liên kết hữu ích được quản lý cá nhân, chúng có thể có các mô tả độc đáo. Trên thực tế, các liên kết là Quảng cáo hoặc liên kết đến các trang tương tự khác trên website. Đôi khi mô tả của các liên kết không liên quan đến trang.

Hãy nhìn kỹ vào các trang cần đánh giá và sử dụng phán đoán của bạn. Nếu bạn cho rằng mục đích thực sự của trang đây không giống như vẻ ngoài của nó thì trang đó sẽ được xếp hạng **Thấp nhất**. Nếu bạn cho rằng trang này được cố tình tạo ra

với mục đích chính là lôi kéo người dùng nhấp vào Quảng cáo, liên kết kiếm tiền, liên kết tải xuống có vấn đề, v.v., thay vì để giúp đỡ mọi người thì trang đó phải được xếp hạng **Thấp nhất**. Nếu trang sử dụng hành vi lừa dối dưới bất kỳ hình thức nào ngay cả khi không được mô tả ở đây thì trang đó sẽ được xếp hạng **Thấp nhất**.

4.5.4 MC bị cố tình cản trở hoặc che khuất

Các trang được xem là không đáng tin cậy nếu MC (nội dung chính của trang) cố tình bị cản trở hoặc che khuất do Quảng cáo, SC, trang xen kẽ, liên kết tải xuống hoặc nội dung khác có lợi cho chủ sở hữu website nhưng không có lợi cho người truy cập website. Nỗ lực thao túng hoặc ép buộc người dùng ra xa MC là bằng chứng của sự không đáng tin cậy.

Dưới đây là một số ví dụ về các trang có MC cố tình che khuất cần được xếp hạng là **Thấp nhất**:

- Quảng cáo tiếp tục bao phủ MC khi khách truy cập trang web cuộn xuống trang. Quảng cáo hầu như không thể đóng nếu không nhấp vào Quảng cáo.
- Cửa sổ bật lên che khuất MC và không thể đóng nếu không thực hiện hành động có lợi cho website.
- Trang xen kẽ cố gắng ép buộc tải xuống hoặc nhấp chuột, và điều này không mang lại lợi ích cho khách truy cập website.
- Quảng cáo đẩy MC xuống thấp đến mức nhiều người dùng không để ý đến MC.
- MC bằng văn bản trắng trên nền trắng hoặc MC được trình bày sao cho người dùng khó đọc được.

Thông tin đăng nhập hoặc paywall {{thu phí đối với độc giả trực tuyến, giống kiểu thuê bao trên Netflix}} trên các website đáng tin cậy khác *không bị coi là không đáng tin cậy, lừa đảo hoặc mang tính cưỡng bức*. Nhiều site chất lượng cao như báo hoặc tạp chí không thể tồn tại nếu không kiếm tiền thông qua người dùng đăng ký và người dùng trả phí thuê bao. Một số loại MC cần được bảo vệ đăng nhập, chẳng hạn như các trang có thông tin cá nhân của website ngân hàng trực tuyến hoặc trang riêng tư trên các trang mạng xã hội.

MC có thể không truy cập được vì những lý do không cố ý hoặc không cưỡng ép, chẳng hạn như nội dung không tải được hoặc nội dung không có ở một quốc gia hoặc khu vực. Đây không phải là lý do cho đánh giá chất lượng **Thấp nhất**.

Hãy sử dụng phán đoán của bạn để xem xét kỹ lưỡng trang cần đánh giá, xem chúng có được thiết kế để thao túng hoặc ép buộc người dùng thực hiện các hành động có lợi cho website hay không? Nếu bạn không chắc chắn, hãy xem các trang khác trên cùng một website, tiến hành nghiên cứu danh tiếng, v.v.

Quan trọng: Hãy nhớ rằng nhiều website cần kiếm tiền để chia sẻ nội dung với người dùng. Chỉ sự hiện diện của Quảng cáo thôi là chưa đủ để đánh giá là **Thấp nhất**.

4.5.5 Hành vi nghi ngờ là nguy hiểm

Có thể khó chứng minh rằng một trang gây hại mà bản thân bạn không gặp phải tổn hại nào. Vì lý do này, bạn có thể sử dụng xếp hạng **Thấp nhất** nếu bạn nghi ngờ một trang nào đó là độc hại (malicious) hoặc có hại (harmful) ngay cả khi không có bằng chứng. Bất kỳ điều nào sau đây sẽ được coi là không đáng tin cậy:

- Các trang hoặc website mà bạn nghi ngờ là lừa đảo (xem các liên kết này để biết thêm thông tin về lừa đảo trên Internet: [Avoid Scams 1](#), [Avoid Scams 2](#), [Internet Fraud](#)).
- Các trang yêu cầu thông tin cá nhân mà không có lý do chính đáng (ví dụ: các trang yêu cầu tên, ngày sinh, địa chỉ, tài khoản ngân hàng, số ID chính phủ, v.v.).
- Các trang dạng “tấn công giả mạo / phishing” để lấy mật khẩu Facebook, Gmail hoặc các dịch vụ trực tuyến phổ biến khác. Xem thêm [ở đây](#) để biết thông tin về “lừa đảo” gian lận.
- Các trang có các liên kết mà bạn nghi ngờ là tải xuống phần mềm độc hại.

Quan trọng: Không tiếp tục tương tác với trang đó nếu bạn quan sát thấy những đặc điểm này.

Nếu bạn nhấp vào một liên kết và gặp cảnh báo phần mềm độc hại từ trình duyệt hoặc phần mềm chống vi-rút ([ví dụ](#)), vui lòng không tiếp tục đến trang đó. Bạn có thể cho rằng trang này độc hại khi tiến hành xếp hạng nó và nên áp dụng xếp hạng **Thấp nhất**.

Lưu ý rằng không phải tất cả cảnh báo mà trình duyệt của bạn có thể hiển thị đều liên quan đến phần mềm độc hại (ví dụ: các loại cảnh báo trình duyệt khác bao gồm yêu cầu chấp nhận chứng chỉ / certificate acceptance requests, cảnh báo lọc nội dung / content filtering warnings, v.v.). Nếu bạn không chắc chắn hoặc do dự khi tiếp tục đến trang này vì bất kỳ lý do gì, bạn có thể bỏ qua nhiệm vụ đó.

4.6 Các trang web spam

Các trang và website phải tồn tại vì lợi ích của những người truy cập. Có nhiều loại trang web có thể mang lại lợi ích cho khách truy cập, chẳng hạn như dịch vụ ngân hàng hoặc mua sắm trực tuyến, video giải trí hoặc trang cá nhân chia sẻ quan điểm hoặc trải nghiệm. Một số trang này phụ thuộc vào quảng cáo và kiếm tiền để duy trì website và tạo nội dung chất lượng cao trong khi vẫn mang lại lợi ích cho khách truy cập.

Tuy nhiên, một số trang được tạo ra chỉ để mang lại lợi ích cho chủ sở hữu website hoặc các tổ chức khác và ít hoặc không chú ý gì đến trải nghiệm của những người truy cập. Khi các trang như vậy sử dụng kỹ thuật lừa đảo để xuất hiện ở gần đầu kết quả tìm kiếm (tức là có thứ hạng cao), điều đó có thể làm giảm động lực (của các chủ website khác) trong việc tạo nội dung chất lượng cao bằng cách lấn át các trang được tạo bằng nỗ lực, tính độc đáo, tài năng hoặc kỹ năng hữu ích cho khách truy cập.

Phần này mô tả các đặc điểm của các trang spam hoặc giống spam cần được xếp hạng **Thấp nhất**. Phần [Google Search Essentials Guideline](#) (Các [Nguyên tắc cơ bản của Google tìm kiếm](#)) là tài liệu tham khảo tốt cho những người không-phải-là-chủ-sở-hữu-website muốn tìm hiểu thêm về các kỹ thuật spam khác.

Nếu bạn nhận ra bất kỳ kỹ thuật spam nào trên một trang, vui lòng sử dụng xếp hạng **Thấp nhất**.

Bạn không cần phải phát triển chuyên môn về nhận dạng spam hoặc sử dụng các công cụ nhận dạng spam chuyên biệt để xếp hạng PQ. Vui lòng xem lại phần này để được hướng dẫn về những gì cần tìm, quan sát ngay cả khi không có những công cụ hoặc kiến thức chuyên môn như vậy.

4.6.1 Không xác định được mục đích, không có MC, MC quá ít, hoặc MC kém chất lượng nhất

Tất cả các trang phải được tạo với chất lượng MC vừa đủ để trang có thể đạt được mục đích của mình. Tuy nhiên, một số trang thiếu MC đến mức mục đích của trang đó không rõ ràng hoặc bạn có thể nghi ngờ trang này thực sự không được tạo ra cho người dùng.

Nếu bất kỳ điều nào sau đây là đúng thì trang đó sẽ được xếp hạng **Thấp nhất**:

- Bất chấp những nỗ lực hết mình của bạn, bạn vẫn không thể thực sự hiểu được mục đích của trang vì MC vô nghĩa hoặc không thể sử dụng được cho mọi người.
- Trang cố tình không có MC.
- Trang được cố tình tạo ra với quá ít MC nên không thể đạt được bất kỳ mục đích nào.
- Trang này được cố tình tạo ra với MC chất lượng thấp đến mức không đạt được bất kỳ mục đích nào.

4.6.2 Các trang bị tấn công, phá hoại hoặc bị spam

Site bị tấn công hoặc bị sửa đổi mà không có sự cho phép của (các) chủ sở hữu website.

Các website có thể bị tấn công, sửa đổi hoặc chứa một lượng lớn nội dung gây mất tập trung và không hữu ích từ những kẻ xấu. Kẻ xấu có thể thêm MC hoặc SC

không liên quan hoặc có thể sửa đổi MC hiện có trên các trang web để thay đổi mục đích của trang.

Những trang này nên được xếp hạng **Thấp nhất** vì chúng không đạt được mục đích ban đầu. Chủ sở hữu website có trách nhiệm nên thường xuyên kiểm tra website của mình để phát hiện hành vi đáng ngờ và thực hiện các bước để bảo vệ người dùng.

Một vấn đề phổ biến trên các trang diễn đàn hoặc trong phần bình luận của trang là các bình luận “spam”: các bài đăng có bình luận không liên quan, không nhằm mục đích giúp đỡ người khác mà nhằm mục đích quảng cáo sản phẩm hoặc tạo liên kết đến một website khác. Thông thường những bình luận này được đăng bởi một công cụ tự động (bot) chứ không phải một người thực sự. Nếu một trang cụ thể trên một website có các bình luận spam không liên quan, trang cụ thể đấy phải được xếp hạng **Thấp nhất**.

4.6.3 MC được tạo tự động

Tạo nhiều nội dung mà không tốn nhiều công sức hoặc không có giá trị độc đáo, không cần chỉnh sửa hoặc quản lý thủ công thường là đặc điểm dùng để xác định của các website spam. Một cách để tạo ra website dạng này là sử dụng nội dung “được tạo tự động”.

Có thể tạo nhiều trang hoặc thậm chí toàn bộ website bằng cách thiết kế một mẫu cơ bản, rồi từ đó tạo ra hàng trăm hoặc hàng nghìn trang, đôi khi sử dụng nội dung từ các nguồn có sẵn miễn phí (chẳng hạn như nguồn cấp dữ liệu RSS hoặc API). Những trang này được tạo ra với rất ít nỗ lực và ít hoặc không cần chỉnh sửa hoặc quản lý thủ công. Sẽ có rất ít giá trị từ các trang đóng gói lại nội dung có sẵn miễn phí và ít chú ý hoặc không chú ý gì đến trải nghiệm của những người truy cập trang (xem [ở đây](#) để biết thêm thông tin về nội dung được tạo tự động).

Thông thường, cách dễ dàng nhất để nhận ra nội dung được tạo tự động là nhấp vào nhiều trang trên một website và quan sát nội dung “theo mẫu”. Có thể khó nhận

ra nội dung được tạo tự động từ một trang duy nhất, vì vậy hãy nhớ khám phá website nếu bạn nghi ngờ nội dung đó được tạo theo mẫu.

Các trang và website có nội dung được tạo tự động không đi kèm với việc chỉnh sửa hoặc tuyển chọn thủ công, cũng như không có nội dung gốc hoặc giá trị gia tăng cho người dùng nên được xếp hạng **Thấp nhất**.

4.6.4 Sao chép MC không có giá trị gia tăng

Một cách khác để tạo ra nhiều nội dung mà không tốn nhiều công sức hoặc đóng góp giá trị độc đáo là sao chép nội dung từ một nguồn khác. Từ “copied” đề cập đến hành vi “scraping” nội dung hoặc sao chép nội dung từ các website (không phải dạng tiếp thị liên kết) khác mà không thêm bất kỳ nội dung hoặc giá trị gốc nào cho người dùng (xem thêm [ở đây](#) để biết thêm thông tin về nội dung được sao chép hoặc có bản quyền).

Mọi loại nội dung đều có thể được sao chép: văn bản, hình ảnh, video, v.v. Hình ảnh có thể bị cắt hoặc chỉnh sửa một chút để tránh bị phát hiện. Mọi người cũng có thể thay đổi video hoặc thậm chí tạo video về màn hình đang phát video! Nội dung sao chép không có giá trị gia tăng nên được xếp hạng chất lượng **Thấp nhất**.

Đôi khi nội dung được “nhúng” hoặc đưa vào trang từ một nguồn khác. Không có gì sai khi nhúng nội dung, nhưng xếp hạng **Thấp nhất** sẽ được áp dụng nếu không có nội dung gốc hoặc giá trị gia tăng đáng kể trên trang.

Tương tự, các bài đăng trên mạng xã hội có thể được đăng lại bởi một tài khoản không liên quan. Không có gì sai khi đăng lại nội dung, nhưng xếp hạng **Thấp nhất** sẽ được áp dụng nếu không có giá trị gia tăng dưới dạng nội dung, bối cảnh hoặc thảo luận bổ sung.

Các trang được tạo chỉ bằng nội dung được sao chép, nhúng hoặc đăng lại mà không có sự chỉnh sửa hoặc quản lý thủ công nào là thiếu nỗ lực và độc đáo. Giống như nội dung được tạo tự động, những kỹ thuật này có thể được sử dụng để tạo nhiều trang hoặc thậm chí toàn bộ website. Vì lý do này, cách dễ dàng nhất để nhận

ra các trang được tạo chỉ bằng nội dung được sao chép, nhúng hoặc đăng lại là khám phá nhiều trang trên website đó.

Xếp hạng **Thấp nhất** là phù hợp nếu tất cả hoặc gần như toàn bộ MC trên trang (bao gồm văn bản, hình ảnh hoặc video) được sao chép, nhúng hoặc đăng lại mà không tốn nhiều công sức, tính độc đáo, tài năng, kỹ năng, tuyển chọn thủ công hoặc giá trị gia tăng cho người dùng. Những trang như vậy phải được xếp hạng **Thấp nhất**, ngay cả khi trang đó để tại credit, ghi nhận nội dung được lấy từ một nguồn khác.

Tất cả những điều sau đây được coi là nội dung sao chép:

- **Nội dung được sao chép, đăng lại hoặc nhúng chính xác từ một nguồn có thể xác định được.** Đôi khi toàn bộ trang được sao chép và đôi khi chỉ một phần của trang được sao chép. Đôi khi nhiều trang được sao chép và sau đó tập hợp lại với nhau thành một trang duy nhất. Nội dung đã được sao chép, đăng lại hoặc nhúng chính xác thường là loại nội dung sao chép dễ xác định/phát hiện nhất.
- **Nội dung được sao chép nhưng có chút thay đổi so với bản gốc.** Kiểu sao chép này gây khó khăn cho việc tìm nguồn gốc trùng khớp chính xác. Đôi khi chỉ một vài từ được thay đổi hoặc toàn bộ câu được thay đổi hoặc một sửa đổi kiểu “find and replace” được thực hiện, trong đó một từ được thay thế bằng một từ khác trong toàn bộ văn bản. Hình ảnh có thể bị cắt hoặc video có thể được chia thành các đoạn ngắn hơn. Những loại thay đổi này được thực hiện có chủ ý nhằm gây khó khăn cho việc tìm ra nguồn gốc của nội dung. Chúng tôi gọi loại nội dung này là “được sao chép với sự thay đổi tối thiểu”.
- **Nội dung được sao chép từ một nguồn thay đổi, chẳng hạn như trang kết quả tìm kiếm hoặc nguồn cấp tin tức.** Bạn thường không thể tìm thấy nguồn gốc phù hợp chính xác nếu đó là bản sao của nội dung “dynamic / động” (nội dung thay đổi thường xuyên). Tuy nhiên, chúng ta vẫn sẽ coi đây là nội dung sao chép.

Quan trọng: Nội dung được cấp phép hoặc syndicated không được coi là “được sao chép” (xem [thêm](#) để biết thêm về syndicated trên web). Ví dụ về nội dung được syndicated ở Hoa Kỳ bao gồm các bài báo của AP hoặc Reuters.

4.6.5 Cách xác định xem nội dung có bị sao chép hay không

Làm thế nào để bạn xác định liệu tất cả hay hầu hết MC được sao chép? Làm thế nào để bạn xác định nguồn gốc của nội dung? Những điều này có thể khó xác định, nhưng các bước sau đây có thể hữu ích.

1. Sao chép một câu hoặc cụm từ trong văn bản. Có thể cần phải thử một vài câu hoặc cụm từ trong trang để chắc chắn. Khi quyết định sao chép câu hoặc cụm từ nào, hãy cố gắng tìm một câu hoặc một chuỗi nhiều từ không có dấu câu, ký tự bất thường hoặc những từ đáng ngờ có thể đã được thay thế trong văn bản gốc.
2. Tìm kiếm trên Google bằng cách dán câu hoặc cụm từ (được bao quanh bởi dấu nháy kép để tìm kiếm kết quả khớp chính xác) bên trong hộp tìm kiếm của Google. Bạn cũng có thể thử không có dấu nháy kép để tìm kiếm các kết quả tổng quát hơn.



Dưới đây là một số câu và cụm từ về bộ phim “The Wizard of Oz” và cách tìm kiếm chúng.

Câu hoặc cụm từ từ một câu	Truy vấn để tìm câu hoặc cụm từ
Một câu trên trang: <i>Tất cả đều được Dorothy thuyết phục rằng Pháp sư cũng có thể giúp họ</i>	Hãy thử truy vấn có cả dấu nháy kép và không có dấu nháy kép xung quanh câu: [“Tất cả đều được Dorothy thuyết phục rằng Pháp sư cũng có thể giúp họ”] [Tất cả đều được Dorothy thuyết phục rằng Pháp sư cũng có thể giúp họ]
Một cụm từ trên trang: <i>Dorothy sử dụng Mũ vàng để triệu hồi Khỉ có cánh</i>	Hãy thử truy vấn có cả dấu nháy kép và không có dấu nháy kép xung quanh câu: [“Dorothy sử dụng Mũ vàng để triệu hồi Khỉ có cánh”] [Dorothy sử dụng Mũ Vàng để triệu hồi Khỉ có cánh]

Một cụm từ khác trên trang: <i>tiết lộ một ông già đã du hành đến Oz từ Omaha cách đây rất lâu trên khinh khí cầu</i>	Hãy thử truy vấn có cả dấu nháy kép và không có dấu nháy kép xung quanh câu: [“tiết lộ một ông già đã du hành đến xứ Oz từ Omaha cách đây rất lâu trên khinh khí cầu”] [tiết lộ một ông già đã du hành đến xứ Oz từ Omaha cách đây rất lâu bằng khinh khí cầu]
---	---

3. So sánh các trang bạn tìm thấy phù hợp với câu hoặc cụm từ. Hầu hết MC của chúng có giống nhau không? Nếu vậy, liệu nguồn đó có rõ ràng đến từ một nguồn có thẩm quyền cao, nổi tiếng về việc tạo nội dung gốc (báo, tạp chí, tổ chức y tế, v.v.) không? Có nguồn nào có vẻ hợp lý là nguồn gốc không? Có nguồn nào có ngày xuất bản sớm nhất, được xác minh bởi các công cụ như [Wayback Machine](#) {{Chú thích của người biên tập: một dạng lưu trữ dữ liệu quá khứ, giống kiểu máy thời gian của Doraemon}} không?

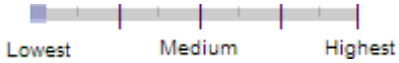
Sử dụng phán đoán tốt nhất của bạn. Đôi khi rõ ràng là nội dung được sao chép từ đâu đó nhưng bạn không thể biết được nguồn gốc là gì. Đôi khi, nội dung tìm thấy trên nguồn ban đầu đã thay đổi đến mức việc tìm kiếm câu hoặc cụm từ có thể không còn khớp với nguồn ban đầu nữa. Ví dụ: các bài viết trên Wikipedia có thể thay đổi đáng kể theo thời gian. Văn bản sao chép từ bản sao cũ có thể không khớp với nội dung hiện tại. Nếu bạn thực sự nghi ngờ trang bạn đang đánh giá không phải là nguồn gốc, hãy xem xét khả năng trang đó đã được sao chép.

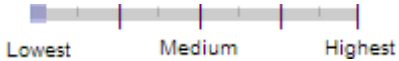
Dựa trên [phiên bản cũ hơn của bài trên Wikipedia](#) về chủ đề “The Wizard of Oz” có thể được tìm thấy bằng cách sử dụng công cụ [Internet Archive Wayback Machine](#), chúng tôi có thể xác nhận rằng văn bản trong bảng đã được sao chép. Xin lưu ý rằng việc tìm kiếm câu và cụm từ trên sẽ không dẫn bạn đến bài viết Wikipedia hiện

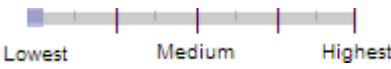
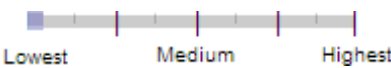
tại về “The Wizard of Oz”, minh họa này cho thấy đôi khi việc xác nhận rằng MC của một trang có chứa nội dung sao chép có thể khó khăn như thế nào.

Quan trọng: Xếp hạng **Thấp nhất** là phù hợp nếu tất cả hoặc gần như toàn bộ MC trên trang được sao chép mà không tốn nhiều công sức, quản lý thủ công hoặc mang lại giá trị gia tăng cho người dùng. Những trang như vậy phải được xếp hạng **Thấp nhất**, ngay cả khi trang đó dẫn nguồn (credit) nội dung cho một website khác {{Chú thích thêm: mà có thể là nguồn mà trang đó copy về}}.

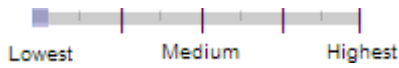
4.7 Ví dụ về các trang có chất lượng thấp nhất

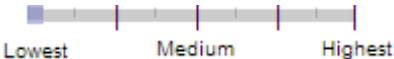
Trang web/Nội dung	Lời giải thích cho chất lượng thấp nhất	Đánh giá PQ và giải thích
Lowest: Superiority of Specified Group 1 Đây là trang chủ của Stormfront, một trang web theo chủ nghĩa da trắng thượng đẳng (white supremacist). Trang web này được biết đến với việc tuyên truyền chủ nghĩa dân tộc da trắng, chủ nghĩa bài Do Thái, phủ nhận	Có hại cho các Nhóm người cụ thể – Khuyến khích, dung túng hoặc kích động thù hận chống lại một Nhóm người cụ thể. – Danh tiếng trang web thấp nhất.	 Kích động thù hận đối với các Nhóm người cụ thể sẽ gây tổn hại đáng kể cho các thành viên của các nhóm đó và toàn xã hội. Trang này thuộc về chủ đề YMYL. Trang web này có danh tiếng cực kỳ tiêu cực trong việc thúc đẩy quyền lực tối cao của người da trắng, chủ nghĩa bài

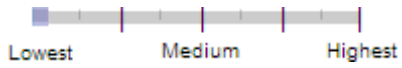
Holocaust, quyền lực tối cao của người da trắng và bài Hồi giáo.		Do Thái, phủ nhận Holocaust, v.v.
Lowest: Superiority of Specified Group 2 Trang này mô tả một lý thuyết không được khoa học ủng hộ về tính ưu việt của một Nhóm người cụ thể.	Có hại cho các Nhóm người cụ thể, Thông tin gây hiểu lầm có hại – Khuyến khích, dung túng hoặc kích động thù hận chống lại một Nhóm người cụ thể. – Chứa các lý thuyết/tuyên bố không có căn cứ, không có cơ sở trên bất kỳ sự kiện hoặc bằng chứng hợp lý nào.	 Những tuyên bố vô căn cứ về một Nhóm được chỉ định sẽ gây tổn hại đáng kể cho các thành viên của nhóm đó và toàn xã hội. Trang này thuộc chủ đề YMYL. Mục đích của trang là đề cao quan điểm về tính ưu việt của một nhóm người. Trang này đưa ra những tuyên bố không có căn cứ về vai trò của melanin trong cơ thể con người.

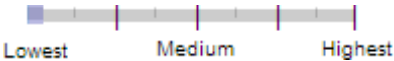
Lowest: Non-medical drug use advice Bài đăng này khuyến khích trộn thuốc chống lo âu với thuốc giải trí / recreational drug (các chất kích thích phổ thông như rượu, bia, cà phê).	Có hại cho bản thân hoặc cá nhân khác – Khuyến khích, mô tả, kích động hoặc trực tiếp gây tổn hại về thể chất, tinh thần, cảm xúc hoặc tài chính cho bản thân hoặc người khác.	 Việc sử dụng thuốc có hại có thể ảnh hưởng đáng kể đến sức khỏe của một người. Đây là một chủ đề YMYL. Bài đăng này và nội dung khác trên trang khuyến khích hành vi nguy hiểm có thể gây hại.
Lowest: Eating disorder encouragement Trang này có các bài viết khuyến khích mọi người giảm cân theo những cách không lành mạnh.	Có hại cho bản thân hoặc cá nhân khác, thông tin gây hiểu lầm có hại – Khuyến khích, mô tả, kích động hoặc trực tiếp gây tổn hại về thể chất, tinh thần, cảm xúc hoặc tài chính cho bản thân hoặc người khác. – Chứa thông tin mâu thuẫn với sự	 Rối loạn ăn uống và quyết định tìm cách điều trị y tế ảnh hưởng đáng kể đến sức khỏe của một người. Đây là một chủ đề YMYL. Bài đăng này khuyến khích hành vi có hại. “Proana” hay ủng hộ chứng biếng ăn là một phong trào coi chứng biếng ăn là một sự lựa chọn trong lối sống chứ không

	đồng thuận lâu dài của chuyên gia.	phải một căn bệnh. Proana và các trang “thinspiration” tương tự mâu thuẫn với sự đồng thuận lâu nay của các chuyên gia rằng chứng biếng ăn là một chứng rối loạn ăn uống đe dọa đến tính mạng.
--	------------------------------------	--

Trang web/Nội dung	Lời giải thích cho chất lượng thấp nhất	Đánh giá PQ và giải thích
Lowest: Personal information collection scam Nhìn bề ngoài, đây trông giống như một trang thanh toán trên trang web của người bán. Tuy nhiên, biểu mẫu yêu cầu thông tin cá nhân có độ nhạy cảm cao như số an sinh	Có hại cho bản thân hoặc người khác, không đáng tin cậy – Khuyến khích, mô tả, kích động hoặc trực tiếp gây tổn hại về thể chất, tinh thần, cảm xúc hoặc tài chính cho bản thân hoặc người khác. – Đặc điểm của lừa đảo, tải xuống độc	 Chia sẻ thông tin cá nhân có độ nhạy cảm cao có thể ảnh hưởng đáng kể đến an ninh tài chính của một người. Trang này thuộc chủ đề YMYL. Mặc dù trông giống như một trang web thương mại nhưng mục đích thực sự của trang này là thu thập thông tin có thể được sử dụng để thực hiện

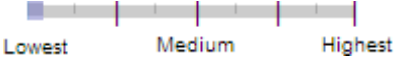
xã hội, số giấy phép lái xe, số tài khoản ngân hàng và mã PIN ATM.	hại hoặc hành vi có hại khác.	hành vi trộm cắp danh tính hoặc lấy tiền khỏi tài khoản ngân hàng của ai đó.
Lowest: Poor financial advice and possible scam Đây là bài viết gợi ý click vào link để tránh phải trả nợ.	Không đáng tin cậy – Thông tin không đầy đủ về trang web hoặc người tạo nội dung cho mục đích của trang. – E-E-A-T thấp nhất. – Thiết kế trang lừa đảo. – Đặc điểm của lừa đảo, tải xuống độc hại hoặc hành vi có hại khác.	 Quản lý nợ tác động đáng kể đến an ninh tài chính của một người. Đây là một chủ đề YMYL. Trang này có nhiều đặc điểm chất lượng thấp nhất. Từ MC, có thể thấy rõ rằng người sáng tạo nội dung thiếu chuyên môn về tài chính (không nhất quán với sự đồng thuận vững chắc của các chuyên gia về những việc cần làm để giảm nợ). Hơn nữa, trang này dường như được thiết kế để lôi kéo mọi người nhấp vào một trong số các liên kết nổi bật thay vì giúp đỡ mọi người bằng cách cung cấp lời khuyên tài chính hợp lý. Lời hứa giảm nợ là một hình

		thức thao túng phổ biến và là scam technique (kiểu lừa đảo)
Lowest: Miley Cyrus is dead “news article” on a deceptive website Đây là một bài viết không chính xác về mặt thực tế trên một website có tên “Now 8 News”. Nó tuyên bố sai sự thật rằng Miley Cyrus đã chết.	Thông tin gây hiểu lầm có hại, không đáng tin cậy – Chứa thông tin rõ ràng không chính xác có thể bị bác bỏ bởi những sự thật đơn giản và được chấp nhận rộng rãi. – Thiết kế trang lừa đảo.	 Website này được thiết kế trông giống như một trang tin tức nhưng lại cố tình đưa ra những thông tin không chính xác về mặt thực tế. Không có thông tin về người chịu trách nhiệm về nội dung này. Không có ngày tháng cho bài báo hoặc ngày mất, đây là một phần quan trọng của bất kỳ báo cáo tiêu chuẩn nào. Trang này được thiết kế để đưa ra thông tin sai lệch hoặc lừa dối.

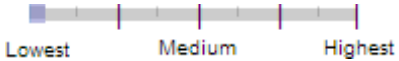
Lowest: Crystals heal cancer potential scam Bài viết này giải thích cách sử dụng tinh thể để giúp chữa bệnh ung thư. Nó có liên kết “Mua Tinh Thể / Shop Crystals” nổi bật ở trên cùng.	Thông tin gây hiểu lầm có hại, không đáng tin cậy – Chứa các lý thuyết/tuyên bố không có căn cứ, không có cơ sở trên bất kỳ sự kiện hoặc bằng chứng hợp lý nào. – Chứa thông tin mâu thuẫn với sự đồng thuận lâu nay của các chuyên gia. – Đặc điểm của lừa đảo, tải xuống độc hại hoặc hành vi có hại khác.	 Những tuyên bố về việc chữa khỏi bệnh ung thư có thể tác động đáng kể đến quyết định tìm kiếm phương pháp điều trị y tế của mọi người. Trang này thuộc chủ đề YMYL. Những tuyên bố về khả năng chữa bệnh của tinh thể mâu thuẫn với sự đồng thuận về mặt khoa học và y tế của chuyên gia. Bán “thuốc chữa” các bệnh như ung thư là một phương pháp lừa đảo được sử dụng phổ biến.
---	--	---

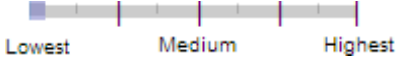
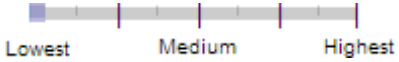
Trang web/Nội dung	Lời giải thích cho chất lượng thấp nhất	Đánh giá PQ và giải thích
--------------------	---	---------------------------

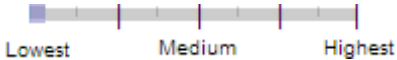
Lowest: Flat earth Đây là trang chủ của The Flat Earth Society, một nhóm người chuyên truyền bá niềm tin rằng trái đất phẳng.	Thông tin sai lệch có hại – Chứa các lý thuyết/tuyên bố không có căn cứ, không có cơ sở trên bất kỳ sự kiện hoặc bằng chứng hợp lý nào. – Chứa thông tin rõ ràng không chính xác có thể bị bác bỏ bởi những sự thật đơn giản và được chấp nhận rộng rãi. – Chứa thông tin mâu thuẫn với sự đồng thuận lâu dài của chuyên gia.	 Lowest Medium Highest Những tuyên bố này mâu thuẫn với sự đồng thuận khoa học lâu nay về hình dạng của trái đất. Nó làm suy yếu niềm tin vào các tổ chức khoa học như NOAA, cơ quan chịu trách nhiệm đưa ra cảnh báo trong các hiện tượng thời tiết nguy hiểm. Đây là một chủ đề YMYL. Mục đích của trang web này là quảng bá thông tin sai lệch. Nó có hại cho con người và xã hội vì nó làm xói mòn niềm tin vào các tổ chức công.
---	---	--

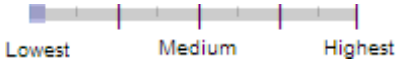
Lowest: Dry socket medical info Trang web y tế thuộc chủ đề YMYL này thực sự không có thông tin về người chịu trách nhiệm về nội dung hoặc website.	Không đáng tin cậy – Thông tin không đầy đủ về website hoặc người tạo nội dung cho mục đích của trang.	 Thông tin y tế về tình trạng nha khoa này có thể tác động đáng kể đến cách mọi người tìm cách điều trị nha khoa. Trang này thuộc về chủ đề YMYL. Không có thông tin về người đã tạo ra website này, không có thông tin liên hệ và không có thông tin về tác giả. Người dùng đòi hỏi các trang y tế phải có mức độ tin cậy cao. Vì không có thông tin về người sở hữu website và người tạo ra nội dung này nên đây được coi là website không đáng tin cậy.
---	---	---

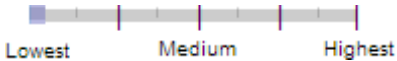
Lowest: Merchant with little contact info, untrustworthy characteristics Người bán có thông tin liên hệ sơ sài và có các đặc điểm không đáng tin cậy. Đây trông giống như một trang danh sách sản phẩm trên website của người bán.	Không đáng tin cậy – Thông tin không đầy đủ về website hoặc người tạo nội dung cho mục đích của trang. – Đặc điểm của lừa đảo, tải xuống độc hại hoặc hành vi có hại khác.	 Lowest Medium Highest Thông tin không chính xác về giao hàng và hoàn hàng, sử dụng logo lừa đảo và không có thông tin về người chịu trách nhiệm khiến site mua sắm này có vẻ như có khả năng lừa đảo và không đáng tin cậy. Trang này đang bán giày Nike Air Jordan. Tuy nhiên, không có đủ thông tin trên trang liên hệ của người bán. Ngoài ra, trang giao và trả hàng còn có tên của một công ty khác tưởng chừng như không liên quan. Thêm vào đó còn có các logo chính thức ở cuối trang chủ, bao gồm biểu tượng Better Business Bureau và biểu tượng Google Checkout, dường như không được liên kết với trang web tương ứng.
---	---	--

Trang web/Nội dung	Lời giải thích cho chất lượng thấp nhất	Đánh giá PQ và giải thích
Lowest: Stomach flu lowest EAT article Bài viết nghèo nàn này mô tả cách chữa bệnh cúm dạ dày.	Thông tin gây hiểu lầm có hại, không đáng tin cậy – Chứa thông tin mâu thuẫn với sự đồng thuận lâu nay của các chuyên gia. – Thông tin không đầy đủ về website hoặc người tạo nội dung cho mục đích của trang. – E-E-A-T thấp nhất.	 Nhiều bệnh nhân nhập viện và tử vong xảy ra do cúm mỗi năm. Chủ đề này có thể ảnh hưởng đáng kể đến sức khỏe của một người. Đây là một chủ đề YMYL. Nội dung nghèo nàn và thông tin không phù hợp với hướng dẫn y tế tiêu chuẩn. Qua nội dung có thể thấy rõ tác giả không có chuyên môn về y tế. Trang này không được tin cậy như một nguồn tài nguyên về y tế.

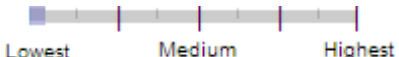
Lowest: Pimple popping lowest EAT article Bài báo viết rất kém này mô tả việc nặn mụn.	Không đáng tin cậy – Thông tin không đầy đủ về website hoặc người tạo nội dung cho mục đích của trang. – E-E-A-T thấp nhất.	 Bài viết cực kỳ nghèo nàn và hầu như không có thông tin gì trong bài viết này. Ví dụ: câu mở đầu là “Nặn mụn có thể là hoặc không phải là xu hướng mới để loại bỏ chúng”. Qua nội dung có thể thấy rõ tác giả không có chuyên môn về chăm sóc da.
Lowest: Malicious merchant site Website này dường như là một trang web bán kính mắt.	Có hại cho bản thân hoặc người khác, không đáng tin cậy – Khuyến khích, mô tả, kích động hoặc trực tiếp gây tổn hại về thể chất, tinh thần, cảm xúc hoặc tài chính cho bản thân hoặc người khác.	 Website này lừa đảo mọi người và đe dọa thể chất những người phản nản. Những bài viết viết dưới đây trên Wikipedia và New York Times mô tả các kỹ thuật lừa đảo được website này sử dụng và cung cấp các thông tin tiêu

	– E-E-A-T thấp nhất. – Đặc điểm của lừa đảo, tải xuống độc hại hoặc hành vi có hại khác.	cực khác về website và chủ sở hữu của nó. Danh tiếng của website này được xem là ở mức thấp nhất dựa trên các báo cáo về hành vi độc hại của nó.
Lowest: Chicken recipes no MC Đây trông giống như danh sách các công thức nấu món gà nhưng thực ra danh sách các liên kết là quảng cáo.	Không đáng tin cậy, spam – Không có MC. – Thiết kế trang lừa đảo. – Nội dung được tạo ra mà không tốn nhiều công sức, tài năng, kỹ năng, tính độc đáo, tuyển chọn thủ công hoặc giá trị gia tăng cho người dùng.	 MC nên được tạo ra để mang lại lợi ích cho những người đến với website. Các trang không có MC sẽ bị coi là spam vì chúng lẩn át và không khuyến khích việc tạo các trang có MC chất lượng cao. Các trang có Quảng cáo được thiết kế trông giống MC sẽ bị coi là không đáng tin cậy.

Trang web/Nội dung	Lời giải thích cho chất lượng thấp nhất	Đánh giá PQ và giải thích
Lowest: Mesothelioma deceptive directory Trang này trông giống như một danh sách các nguồn thông tin về Ung thư trung biểu mô, một dạng ung thư phổi.	Không đáng tin cậy, spam – Không có MC. – Thiết kế trang lừa đảo. – Nội dung được tạo ra mà không tốn nhiều công sức, tài năng, kỹ năng, tính độc đáo, tuyển chọn thủ công hoặc giá trị gia tăng cho người dùng.	 Thông tin về bệnh ung thư có thể tác động đáng kể đến cách mọi người đưa ra quyết định liên quan đến điều trị y tế. Trang này thuộc về chủ đề YMYL. Trang này được thiết kế trông giống như một trang thư mục hoặc một danh sách các tài nguyên hữu ích, nhưng mỗi liên kết đều là một Quảng cáo. Không có MC trên trang này. Các trang không có MC sẽ bị coi là spam vì chúng lẩn át và không khuyến khích việc tạo các trang có MC chất lượng cao. Các trang ngụy trang Quảng cáo dưới dạng danh sách thư

		mục hoặc MC khác sẽ bị coi là không đáng tin cậy.
Lowest: Ads deliberately obscure MC Khi bạn truy cập trang lần đầu tiên, có vẻ như không có MC, chỉ có Quảng cáo. Nếu bạn cuộn xuống, cuối cùng bạn sẽ tìm thấy MC ở phía dưới.	Không đáng tin cậy – MC cố tình cản trở hoặc che khuất.	 Trang này yêu cầu phải cuộn qua quá nhiều Quảng cáo để đến được MC khiến nhiều người có thể ngừng cuộn và rời khỏi trang trước khi đến được MC. MC cố tình che đậy để mang lại lợi ích cho website mà không giúp ích gì cho người vào trang nên bị coi là không đáng tin cậy.

Lowest: Deceptive and untrustworthy fake survey page Trang này dường như là một cuộc khảo sát với cơ hội giành được một chiếc Apple MacBook Air, iPhone 5c hoặc Galaxy S4.	Không đáng tin cậy, spam – Thông tin không đầy đủ về website hoặc người tạo nội dung cho mục đích của trang. – Thiết kế trang lừa đảo. – Đặc điểm của lừa đảo, tải xuống độc hại hoặc hành vi có hại khác. – Nội dung được tạo ra mà không tốn nhiều công sức, tài năng, kỹ năng, tính độc đáo, tuyển chọn thủ công hoặc giá trị gia tăng cho người dùng.	 Lowest Medium Highest Trang này chứa một cuộc khảo sát giả mạo, có vẻ như hứa hẹn cho người dùng cơ hội giành được Apple MacBook Air, iPhone 5c hoặc Galaxy S4. Tuy nhiên, không có thông tin về người chịu trách nhiệm thực hiện khảo sát, mặc dù khi nhấp vào, khảo sát sẽ yêu cầu các thông tin mang tính cá nhân cao như số tài khoản ngân hàng. Thông báo ở đầu trang “Cảm ơn từ Goggle.com” và nội dung khảo sát có thể khiến người dùng hiểu lầm rằng khảo sát này được liên kết với Google. Trang này là lừa đảo và nên được coi là không đáng tin cậy.
--	--	--

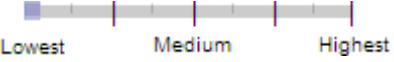
Trang web/Nội dung	Lời giải thích cho chất lượng thấp nhất	Đánh giá PQ và giải thích
Lowest: Lowest MC free credit report Tiêu đề của trang gợi ý rằng nó có thể cung cấp báo cáo tín dụng từ “freecreditreport gov” của chính phủ. Tuy nhiên, trang này có MC vô nghĩa và các tính năng trông có vẻ spam, chẳng hạn như quảng cáo hoặc liên kết xung quanh văn bản vô nghĩa.	Không đáng tin cậy, spam – Tiêu đề cực kỳ gây hiểu lầm. – Thông tin không đầy đủ về website hoặc người tạo nội dung cho mục đích của trang. – Thiết kế trang lừa đảo. – Đặc điểm của lừa đảo, tải xuống độc hại hoặc hành vi có hại khác. – Không thể xác định bất kỳ mục đích	 Báo cáo tín dụng có thể tác động đáng kể đến an ninh tài chính của một người. Đây là một chủ đề YMYL. MC nói nhảm. MC vô nghĩa không có mục đích có lợi. Tiêu đề của trang gây hiểu nhầm cho MC. Trang này cũng có các đặc điểm, chức năng lừa đảo trong nội dung bổ sung, chẳng hạn như yêu cầu kết bạn, thông báo giải thưởng và nút tải xuống. Rất có thể đây là những quảng cáo hoặc liên kết tải xuống độc hại.

	nào, ví dụ: MC vô nghĩa. – Nội dung được tạo ra mà không tốn nhiều công sức, tài năng, kỹ năng, tính độc đáo, tuyển chọn thủ công hoặc giá trị gia tăng cho người dùng.	
--	---	--

Lowest: Buy Xanax Đây là một trang trên website của Hội đồng Công trình Xanh Hoa Kỳ. Tuy nhiên, trang này có dòng chữ “Mua Xanax” lặp đi lặp lại, cùng với những từ liên quan về việc mua Xanax và một liên kết URL.	Không đáng tin cậy, spam – Đặc điểm của lừa đảo, tải xuống độc hại hoặc hành vi có hại khác. – Nội dung được tạo ra mà không tốn nhiều công sức, tài năng, kỹ năng, tính độc đáo, tuyển chọn thủ công hoặc giá trị gia tăng cho người dùng.	 Lowest Medium Highest Thuốc theo toa có thể ảnh hưởng đáng kể đến sức khỏe của một người. Đây là một chủ đề YMYL. Trang cụ thể này đã được tạo hoặc sửa đổi trên website của tổ chức này với hy vọng rằng mọi người sẽ nhấp vào liên kết để mua thuốc theo toa Xanax. Đây là một kỹ thuật spam. Những kẻ spam hy vọng rằng trang này sẽ xếp hạng tốt trong kết quả tìm kiếm vì mặt khác website này trên tổng thể có chất lượng cao. Từ “mua xanax” được sử dụng nhiều lần với hy vọng trang sẽ hiển thị cho tìm kiếm “mua xanax”. Cố gắng spam các công cụ tìm kiếm và lừa dối mọi người nhấp vào liên kết là hành vi cực kỳ không đáng tin cậy.
--	--	---

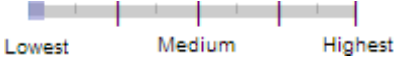
		{{Chú thích của người biên tập: việc website có chất lượng cao bị tấn công chỉnh sửa nội dung để có xếp hạng cao trên máy tìm kiếm về một sản phẩm dịch vụ nào đó được quan sát thấy khá nhiều ở Việt Nam. Tôi quan sát thấy nhiều website của các trường đại học lớn bị spam kiểu này.}}
--	--	--

Trang web/Nội dung	Lời giải thích cho chất lượng thấp nhất	Đánh giá PQ và giải thích

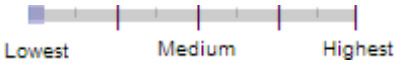
Lowest: Auto-generated car engine code Trang này có đầy đủ nội dung bổ sung, liên kết và quảng cáo lớn. MC ở trên cùng cung cấp thông tin về mã lỗi cụ thể P2570 và khối nội dung chính thứ hai ở giữa hiển thị thêm thông tin về P2570. MC bị chia cắt bởi quảng cáo lớn, nội dung khó hiểu do có chất lượng kém.	Không đáng tin cậy, spam – Thông tin không đầy đủ về website hoặc người tạo nội dung cho mục đích của trang. – Nội dung được tạo ra mà không tốn nhiều công sức, tài năng, kỹ năng, tính độc đáo, tuyển chọn thủ công hoặc giá trị gia tăng cho người dùng.	 Trang này có chất lượng MC thấp và có đặc điểm spam. Trang lặp đi lặp lại mã lỗi “P2570” – một hành vi không hữu ích cho người dùng – kỹ thuật này được gọi là nhồi nhét từ khóa. Một lượng nhỏ MC không phải là nội dung gốc của trang web. Danh sách mã lỗi có sẵn bằng cách mua hoặc bằng cách scraping. Một thông tin quan trọng bị thiếu ở đầu “Khi bạn kiểm tra đèn động cơ bật mã P2570, lý do sẽ là .” Nhưng lý do bị bỏ qua – đây đáng ra phải là nội dung quan trọng nhất trên trang! Nhìn vào các trang khác trên website, có thể thấy rõ mỗi trang được tạo tự động bằng cách điền vào một mẫu từ danh sách thông tin mã lỗi. Dường
--	--	---

		như có rất ít hoặc không có việc chỉnh sửa hoặc kiểm tra thủ công nào để đảm bảo nội dung mã lỗi được đưa vào chính xác, thể hiện rõ qua lý do bị thiếu trên trang này. Nó giống như nhiều website spam, không có thông tin về người chịu trách nhiệm về website này và cũng không có cách nào để báo cáo vấn đề với trang này.
--	--	---

Trang web/Nội dung	Lời giải thích cho chất lượng thấp nhất	Đánh giá PQ và giải thích

Lowest: Auto-generated bulldog wrinkle wipes Trang này tuyên bố liệt kê các loại khăn lau nếp nhăn tốt nhất cho bulldog và sử dụng các link tiếp thị liên kết.	Không đáng tin cậy, spam – Thông tin không đầy đủ về website hoặc người tạo nội dung cho mục đích của trang. – Thiết kế trang lừa đảo. – Nội dung được tạo ra mà không tốn nhiều công sức, tài năng, kỹ năng, tính độc đáo, tuyển chọn thủ công hoặc giá trị gia tăng cho người dùng.	 MC trên trang này được sao chép mà không cần hoặc tốn rất ít thời gian, công sức, kiến thức chuyên môn, quản lý thủ công hoặc giá trị gia tăng cho người dùng. Nhìn vào nội dung cuối trang và khám phá các trang khác trên website, có thể thấy rõ mỗi trang được tạo tự động bằng nội dung từ Amazon và thay thế các tên sản phẩm khác nhau thành một mẫu chung. Dường như có rất ít hoặc không có chỉnh sửa hoặc tuyển chọn thủ công trên trang này. Mục đích thực sự của trang này là đưa người dùng tìm kiếm thông tin về sản phẩm đến website này với hy vọng họ sẽ nhấp và đặt mua sản phẩm bằng cách click vào các link tiếp thị liên kết (affiliate links) của Amazon. Trang web này không có mục đích mang lại lợi ích cho người dùng mà được tạo ra để
--	---	---

		mang lại lợi ích cho người tạo ra website. Mặc dù website công khai rằng họ sử dụng các link tiếp thị liên kết nhưng website không mang lại giá trị gia tăng nào cho người dùng. Cũng như nhiều website lừa đảo, không có thông tin về người chịu trách nhiệm về website này.
--	--	---

Lowest: Viagra copied content Đây trông giống như một website thông tin về thuốc Viagra.	Không đáng tin cậy, spam – Thông tin không đầy đủ về website hoặc người tạo nội dung cho mục đích của trang. – Thiết kế trang lừa đảo. – Nội dung được tạo ra mà không tốn nhiều công sức, tài năng, kỹ năng, tính độc đáo, tuyển chọn thủ công hoặc giá trị gia tăng cho người dùng.	 Thông tin về thuốc theo toa có thể ảnh hưởng đáng kể đến sức khỏe của một người. Trang này thuộc chủ đề YMYL. Tất cả MC trên trang này đều được sao chép mà không mất nhiều thời gian, công sức, chuyên môn, quản lý thủ công hoặc mang lại giá trị gia tăng cho người dùng. Đây là nội dung gốc. Việc khám phá các trang khác trên website này cho thấy chúng được tạo tương tự với ít kiến thức chuyên môn hoặc ít giá trị gia tăng cho người dùng. Mục đích thực sự của trang này là đưa người dùng tìm kiếm thông tin về Viagra đến website này với hy vọng họ sẽ nhấp vào liên kết “đặt hàng ngay / order now”. Liên kết “đặt hàng ngay”
--	---	--

		dẫn đến một trang web khác và có khả năng kiếm tiền. Vì vậy, website này không có mục đích mang lại lợi ích cho người dùng mà được tạo ra để mang lại lợi ích cho website khác. Cũng như nhiều website lừa đảo, không có thông tin về người chịu trách nhiệm về website này.
--	--	---

5.0 Trang có chất lượng thấp

Các trang chất lượng **Thấp** không đạt được mục đích đủ tốt vì chúng thiếu một khía cạnh quan trọng nào đó hoặc có vấn đề. Các trang chất lượng thấp không đáp ứng các tiêu chuẩn về **Thấp nhất** nhưng có thể có các đặc điểm không mong muốn tương tự như vậy với mức độ nghiêm trọng nhẹ hơn.

Để xác định các trang chất lượng **Thấp**, hãy bắt đầu bằng cách xem xét những điều sau:

Xem xét ban đầu	Trang chất lượng Thấp
Mục đích của trang	Các trang chất lượng Thấp đều có mục đích có lợi hoặc không có hại.
Khả năng trang gây hại như được mô tả trong các nguyên tắc này	Các trang chất lượng Thấp không có khả năng gây hại hoặc nếu có khả năng gây hại nhẹ thì không đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn về Thấp nhất như được mô tả trong Phần 4.0.
Chủ đề của trang, loại website và mức độ áp dụng tiêu chuẩn YMYL	Một trang về bất kỳ chủ đề nào hoặc bất kỳ kiểu website nào đều có thể đủ điều kiện để xếp hạng ở mức Thấp. Cần giám sát đặc biệt các trang hoặc website yêu cầu mức độ tin cậy cao, chẳng hạn như cửa hàng trực tuyến, trang web y tế hoặc tin

	tức về các vấn đề dân sự quan trọng (major civic issues).
--	---

Tiếp theo, đánh giá trang để xác định xem có khả năng áp dụng bất kỳ tiêu chí nào cho mức **Thấp** hay không:

Đánh giá chất lượng trang Thấp	Chỉ cần một trong những điều sau đây là đủ để lý giải cho mức xếp hạng Thấp
Chất lượng MC	MC được tạo ra mà không cần nỗ lực đầy đủ, tính độc đáo, tài năng hoặc kỹ năng cần thiết để đạt được mục đích của trang một cách thỏa đáng.
Tiêu đề của trang	Tiêu đề trang hơi gây hiểu nhầm, gây sốc hoặc phóng đại.
Vai trò của Quảng cáo và SC trên trang	Quảng cáo hoặc SC làm xao lãng hoặc làm gián đoạn đáng kể việc sử dụng MC như được mô tả trong mục 5.3

Thông tin được cung cấp bởi website và người tạo nội dung	Lượng thông tin về website hoặc lượng thông tin về người tạo nội dung phục vụ cho mục đích của trang không thỏa đáng. Quan trọng: Đối với nội dung cá nhân được chia sẻ trên các nền tảng mạng xã hội hoặc diễn đàn thì bí danh hoặc tên người dùng là đủ.
Danh tiếng của website và người sáng tạo nội dung	Danh tiếng tiêu cực ở mức độ nhẹ của website hoặc người tạo nội dung.
Độ tin cậy của trang: E-E-A-T	Mức E-E-A-T không phù hợp với mục đích của trang.

Quan trọng: Các trang chất lượng **Thấp** có thể xuất hiện trên bất kỳ loại website nào, bao gồm website học thuật, website phi lợi nhuận, website chính phủ hoặc bất kỳ loại website nào khác thường hữu ích. Các trang chất lượng thấp có thể về bất kỳ chủ đề nào. Các trang về chủ đề YMYL cần được xem xét kỹ lưỡng hơn để phát hiện các dấu hiệu Chất lượng thấp liên quan đến MC và người tạo website/nội dung vì trang này có thể ảnh hưởng đến sức khỏe, sự ổn định hoặc an toàn tài chính của một người hoặc phúc lợi hay hạnh phúc của xã hội. Tuy nhiên, đối với bất kỳ loại trang nào, một thuộc tính Chất lượng thấp là đủ để sử dụng xếp hạng Chất lượng **Thấp**.

5.1 Thiếu E-E-A-T

Các trang chất lượng **Thấp** thường thiếu mức E-E-A-T phù hợp với chủ đề hoặc mục đích của trang. Dưới đây là một số ví dụ:

- Người tạo nội dung thiếu kinh nghiệm đầy đủ, ví dụ: một bài đánh giá về nhà hàng được viết bởi một người chưa bao giờ ăn ở nhà hàng đó.
- Người tạo nội dung thiếu chuyên môn đầy đủ, ví dụ: một bài viết về cách nhảy dù được viết bởi một người không có chuyên môn về chủ đề này.
- Website hoặc người tạo nội dung không phải là nguồn có thẩm quyền hoặc đáng tin cậy cho chủ đề của trang, ví dụ: tải xuống biểu mẫu thuế được cung cấp trên website chuyên về nấu ăn.
- Trang hoặc website không đáng tin cậy cho mục đích của nó, ví dụ: một trang mua sắm với thông tin dịch vụ khách hàng tối thiểu.

Quan trọng: Nên sử dụng xếp hạng Thấp nếu trang thiếu E-E-A-T phù hợp cho mục đích của nó. Không cần sự cân nhắc nào khác như danh tiếng tích cực hoặc loại website có thể khắc phục, bảo chữa được việc thiếu E-E-A-T cho chủ đề hoặc mục đích của trang.

5.2 Nội dung chính có chất lượng thấp

MC (Main Content / Nội dung chính) có chất lượng **Thấp** nếu nó được tạo ra mà không có đủ nỗ lực (effort), tính độc đáo (originality), tài năng (talent) hoặc kỹ năng cần thiết (skill necessary) để đạt được mục đích của trang một cách thỏa đáng. Sự thiếu chính xác vừa phải trên các trang thông tin là bằng chứng của Chất lượng thấp. Tuy nhiên, nếu trang có những thông tin không chính xác có hại hoặc có quá nhiều thông tin không chính xác khiến bạn cảm thấy không đáng tin cậy thì xếp hạng **Thấp nhất** là hợp lý hơn.

Có nhiều cách có thể khiến MC có chất lượng **Thấp** và **Nỗ lực Thấp** là điều quan trọng cần phải nhận ra dưới mọi hình thức.

Mặc dù bạn có thể không có kinh nghiệm tạo MC trên các trang web, hãy nghĩ về trải nghiệm của bạn với điều gì đó tương tự: viết báo cáo cho trường học.

Dưới đây là một số kiểu “lối tắt” thông dụng mà học sinh thường dùng để tiết kiệm công sức khi viết báo cáo:

- Tạo ra nội dung nhanh chóng mà ít chú ý đến các khía cạnh quan trọng như tính rõ ràng hoặc tính tổ chức.
- Tiết kiệm thời gian bằng cách tóm tắt hoặc diễn giải từ các nguồn sẵn có khác.
- Điền vào báo cáo những hình ảnh lớn hoặc nội dung gây mất tập trung khác thay vì thông tin rõ ràng, hữu ích về chủ đề này.
- Sử dụng hình ảnh từ các nguồn khác (tạp chí, các ảnh dạng stock, v.v.) để tránh phải tạo hình ảnh hoặc sơ đồ để hỗ trợ tài liệu trong báo cáo.
- Sử dụng những sự kiện thường được biết đến và cần ít nghiên cứu, ví dụ như: “Argentina là một quốc gia. Người dân sống ở Argentina. Argentina có biên giới”.
- Sử dụng nội dung dạng “filler”, ví dụ: “Gấu trúc ăn tre. Gấu trúc ăn nhiều tre. Tre là thức ăn tốt nhất cho gấu Panda.” {{Chú thích của người biên tập: filler là dạng nội dung kiểu đưa vào cho có, nó có rất ít giá trị hoặc không có giá trị gì.}}

Tất nhiên, các trang web đa dạng hơn các báo cáo ở trường học, nhưng bạn sẽ nhận ra một số kỹ thuật tương tự trên các trang bạn gặp. Một số nội dung chất lượng thấp được tạo ra mà không tốn nhiều công sức nhằm có nội dung hỗ trợ kiếm tiền thay vì tạo nội dung nguyên bản hoặc tốn nhiều công sức để trợ giúp người dùng. Nội dung “Filler” cũng có thể được thêm vào, đặc biệt là ở đầu trang, buộc người dùng phải cuộn xuống dưới để đến phần có MC.

Dưới đây là một số ví dụ về các trang có MC chất lượng thấp:

Ví dụ về MC chất lượng thấp	Tại sao MC được coi là chất lượng thấp
Trang hướng dẫn chế tạo có các chỉ dẫn về cách làm một món đồ thủ công cơ bản và nhiều “bổ sung/filler” không hữu ích ở trên cùng, chẳng hạn như thông tin thực tế thường được biết đến về những vật dụng cần thiết hoặc thông tin phi-thủ-công khác.	Thiếu nỗ lực để trình bày rõ ràng các hướng dẫn cho những người muốn làm nghề thủ công.
Danh sách các máy hút bụi tốt nhất có hình ảnh và bài đánh giá về sản phẩm được diễn giải hoặc tóm tắt từ các nguồn khác, với ít dấu hiệu nỗ lực hoặc nội dung gốc do người sáng tạo nội dung thêm vào.	Thiếu nỗ lực đầy đủ và kinh nghiệm trực tiếp từ người sáng tạo nội dung.
Một slide trình chiếu về 10 điểm đến hàng đầu thế giới sử dụng hình ảnh của người khác và danh sách 10 điểm đến hàng đầu có sẵn.	Thiếu nỗ lực và tính độc đáo.
Một trang có tiêu đề “Một mét bằng bao nhiêu cm?” với một lượng lớn nội dung lạc đề và không hữu ích nên rất khó tìm thấy	Thiếu nỗ lực, bổ sung (filler) quá nhiều, thiếu chiều sâu và chỉ có những sự thật thường được biết đến.

dù chỉ là lượng rất nhỏ thông tin hữu ích trong đó.	
Danh sách những ngọn núi cao nhất thế giới còn thiếu đỉnh Everest.	Thiếu sự chính xác và nỗ lực.

Tiêu đề của trang cũng được coi là một phần của MC. Tiêu đề rất quan trọng vì chúng đại diện cho trang trong kết quả tìm kiếm và giúp người dùng quyết định nội dung cần nhấp vào. Tiêu đề gây hiểu lầm có thể dẫn đến trải nghiệm tìm kiếm kém. Tiêu đề phóng đại hoặc gây sốc là bằng chứng của Chất lượng thấp do trải nghiệm người dùng kém khi người dùng nhìn thấy MC thực tế sau khi truy cập trang.

Dưới đây là một số ví dụ về các trang có tiêu đề chất lượng thấp:

Ví dụ về tiêu đề chất lượng thấp	Tại sao Tiêu đề được coi là Chất lượng thấp
Một trang có tiêu đề “Pink Elephant: Phần 2 sắp ra mắt!”, nhưng chỉ bao gồm những suy đoán và tin đồn về phần tiếp theo của bộ phim tiềm năng có thể được sản xuất hoặc không.	Tiêu đề hơi gây hiểu lầm sẽ tạo cho mọi người ấn tượng rằng phần tiếp theo của bộ phim đã có ngày phát hành được xác nhận rồi và

	trang này sẽ cung cấp thông tin chính xác về ngày phát hành đó.
Một trang có tiêu đề “Có phải thể giới sắp kết thúc? Những cảnh tượng bí ẩn về rấn biển khiến người ta hoảng sợ!”, dành cho một bài viết về hài cốt của một con cá chết trên bãi biển.	Tiêu đề phóng đại, gây sốc không phù hợp với nội dung bài viết.
Một trang có tiêu đề “Ăn những thực phẩm lành mạnh nhất THẾ GIỚI để kéo dài tuổi thọ của bạn!!!!” để biết danh sách các mẹo về cách thêm nhiều trái cây và rau quả vào bữa ăn.	Tiêu đề phóng đại quá mức cho thấy rằng trang này sẽ cung cấp điều gì đó nhiều hơn những lời khuyên cơ bản về dinh dưỡng mà nó cung cấp.

Cần phải xem xét một cách khoan dung, rộng mở mức độ tài năng hoặc kỹ năng cần thiết để thể hiện nghệ thuật của người bình thường trên mạng xã hội hoặc các website khác cho phép chia sẻ nội dung. Trong nhiều trường hợp, mọi người đăng các hoạt động để chia sẻ với bạn bè, chẳng hạn như một video ghi lại lần đầu thử sức với một sở thích mới chẳng hạn. Những loại trang này không nên bị coi là **Thấp** dựa trên tài năng hoặc kỹ năng vì mục đích chính là chia sẻ nội dung. Chỉ sử dụng xếp hạng **Thấp** nếu việc thiếu tài năng hoặc kỹ năng khiến trang không đạt được mục đích chính của nó.

Quan trọng: MC chất lượng thấp không đáp ứng tiêu chuẩn Thấp nhất và không có hại nhưng không thỏa mãn mục đích của trang hoặc khiến trang không đạt được mục đích xứng đáng (purpose well).

5.3 Quảng cáo/SC gây mất tập trung

Chúng ta hiểu rằng Quảng cáo và SC có thể sẽ có mặt. Tuy nhiên, một số Quảng cáo, SC hoặc [trang xen kẽ](#) / trang chuyển tiếp (tức là các trang được hiển thị trước hoặc sau nội dung bạn mong đợi) gây khó khăn cho việc sử dụng MC. Các trang có Quảng cáo, SC hoặc các tính năng khác làm mất tập trung hoặc làm gián đoạn đáng kể việc sử dụng MC sẽ bị xếp hạng **Thấp**.

Một quảng cáo bật lên hoặc trang xen kẽ có *nút đóng rõ ràng* và *dễ sử dụng* sẽ không gây mất tập trung nhiều, mặc dù nó có thể gây khó chịu cho một số người {{Chú thích của người biên tập: các quảng cáo chất lượng đạt tiêu chuẩn này}}. Tuy nhiên, Quảng cáo khó đóng theo sau thao tác cuộn trang hoặc các trang xen kẽ yêu cầu tải xuống ứng dụng có thể thực sự gây mất tập trung và khiến MC khó sử dụng. Bạn có thể xem ví dụ về các trang chuyển tiếp [ở đây](#).

Nội dung của Quảng cáo, SC hoặc các tính năng khác cũng có thể gây mất tập trung: các hình ảnh kêu gọi tình dục như [ở đây](#), hình ảnh kỳ cục như [ở đây](#), và các quảng cáo kêu gọi tình dục trên các trang không mang tính khiêu dâm rất gây mất tập trung.

Cuối cùng, Quảng cáo và SC có thể gây mất tập trung nếu tiêu đề hoặc hình ảnh của Quảng cáo hoặc SC gây sốc hoặc khó chịu. [Đây](#) là một ví dụ về một trang có tiêu đề, hình ảnh và văn bản gây sốc và phóng đại trong Quảng cáo và SC.

Quan trọng: Nên sử dụng xếp hạng **Thấp** nếu trang có Quảng cáo, SC hoặc các tính năng khác làm mất tập trung hoặc làm gián đoạn đáng kể việc sử dụng MC.

5.4 Danh tiếng tiêu cực ở mức độ nhẹ của Website hoặc Người tạo nội dung

Nên sử dụng xếp hạng **Thấp** nếu website hoặc người tạo nội dung có danh tiếng tiêu cực ở mức độ nhẹ.

Nếu MC được tạo bởi người tạo nội dung đang sử dụng website để lưu trữ nó, hãy nghiên cứu danh tiếng của người tạo nội dung đó. Chúng ta nên mong đợi tìm thấy thông tin danh tiếng về các nhà báo, tác giả, người có ảnh hưởng trên mạng xã hội, blogger và vlogger, các chuyên gia như luật sư và bác sĩ, v.v. Tuy nhiên, việc thiếu thông tin danh tiếng đối với người bình thường và những người sáng tạo nội dung ít được biết đến hơn là điều thông thường và không phải là dấu hiệu của Chất lượng thấp.

Hãy thận trọng khi nghiên cứu danh tiếng của doanh nghiệp. Cố gắng tìm đầy đủ các đánh giá để hiểu nhiều ý kiến và trải nghiệm của khách hàng, đồng thời đọc chi tiết các đánh giá tiêu cực và xếp hạng thấp trước khi suy luận rằng doanh nghiệp nói chung có danh tiếng tiêu cực. Một vài đánh giá tiêu cực về dịch vụ khách hàng là điển hình {{ý là bình thường, không nghiêm trọng}} đối với các doanh nghiệp như cửa hàng hoặc nhà hàng.

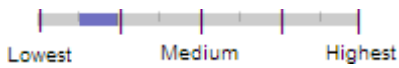
5.5 Lượng thông tin không thỏa mãn về Website hoặc Người tạo nội dung

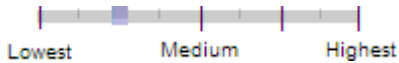
Chúng ta mong đợi tìm thấy một số dạng thông tin về website cho nhiều hoặc hầu hết các site. Chúng ta mong đợi thông tin rõ ràng về ai (ví dụ: cá nhân, công ty, doanh nghiệp, tổ chức nào, v.v.) đã tạo ra MC, trừ khi có lý do chính đáng để ẩn danh (anonymity). Một bí danh hoặc tên người dùng Internet đã có từ lâu (long-standing) có thể giúp xác định được người tạo nội dung. Đối với các website cá nhân hoặc các cuộc thảo luận trên diễn đàn về các chủ đề không phải YMYL, chỉ cần một địa chỉ email hoặc liên kết mạng xã hội là đủ. Nhiều người khá do dự khi chia sẻ thông tin nhận dạng cá nhân trực tuyến!

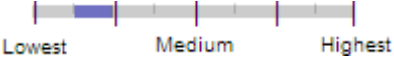
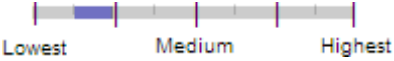
Các cửa hàng và website xử lý các giao dịch tài chính đòi hỏi mức độ tin cậy cao của người dùng. Nếu một cửa hàng hoặc website giao dịch tài chính chỉ có địa chỉ email và địa chỉ thực thì người dùng có thể khó nhận được trợ giúp nếu có vấn đề với giao dịch. Tương tự như vậy, nhiều loại website khác có chủ đề YMYL rõ ràng cũng yêu cầu mức độ tin cậy cao của người dùng.

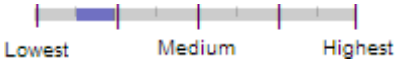
Quan trọng: Các trang cung cấp chức năng thanh toán hoặc xử lý các loại giao dịch tài chính khác sẽ nhận được xếp hạng **Thấp** nếu có lượng thông tin dịch vụ khách hàng hoặc thông tin liên hệ không tương xứng, phù hợp. Các trang về chủ đề YMYL và các trang khác yêu cầu mức độ tin cậy cao của người dùng sẽ nhận được xếp hạng **Thấp** nếu có lượng thông tin không thỏa đáng về người chịu trách nhiệm cho website hoặc người tạo ra nội dung. Đối với các diễn đàn, trang mạng xã hội và các website khác nơi mọi người thường trao đổi ý kiến, tên người dùng (username) là thông tin nhận dạng được chấp nhận.

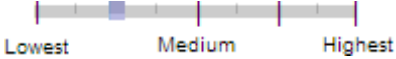
5.6 Ví dụ về các trang có chất lượng thấp

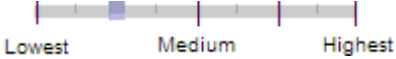
Loại trang web/nội dung	Lý giải chất lượng thấp	Đánh giá PQ và giải thích
Low: News 1 Bài viết về điện hạt nhân	– MC không đạt mục đích của trang: không đạt được mục đích tốt. – MC thiếu độ chính xác hoặc không phù hợp với sự đồng thuận lâu nay của các chuyên gia. – E-E-A-T thấp cho mục đích của trang.	 Thông tin về các nguồn năng lượng và điện hạt nhân có thể tác động đáng kể đến các ngành công nghiệp và xã hội ở quy mô toàn cầu. Đây là một chủ đề YMYL. Bài viết này thiếu chuyên nghiệp, mắc nhiều lỗi ngữ pháp và dấu câu. MC dường như cũng đã được diễn giải từ một bài được tìm thấy trên một nguồn khác, nhưng có những điểm không chính xác về thực tế được đưa ra xuyên suốt cả bài. Sự

		kết hợp giữa MC chất lượng thấp và thiếu E-A-T dẫn đến xếp hạng Thấp nhất+ đến Thấp.
Low: News 2 Bài viết có tựa đề “Thải độc tố sau kỳ nghỉ lễ”	– MC không đạt mục đích của trang: không đạt được mục đích tốt. – MC thiếu độ chính xác hoặc không phù hợp với sự đồng thuận lâu nay của các chuyên gia. – Tiêu đề hơi gây hiểu lầm, gây sốc hoặc phóng đại. – E-E-A-T thấp cho mục đích của trang.	 Tiêu đề của bài viết gây hiểu lầm và không phản ánh nội dung thực tế của trang. MC không giải thích cách loại bỏ độc tố hoặc từ “độc tố” trong tiêu đề ám chỉ điều gì. Nội dung cũng có nhiều vấn đề: chất lượng bài viết kém, bài viết có những câu vô nghĩa như “liệu pháp bằng nước là một trong những cách làm đẹp dễ dàng nhất vì nó sẽ cung cấp đủ độ ẩm cho da”. Bài viết không trích dẫn nguồn (cite sources) và không có bằng chứng về E-A-T.

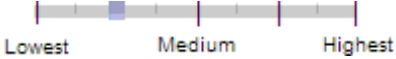
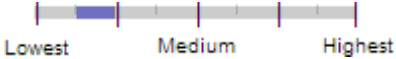
Low: Informational Ý tưởng món ăn cho bữa tiệc sinh nhật lần thứ 40	– MC không đạt mục đích của trang: không đạt được mục đích tốt. – Quảng cáo hoặc SC làm mất tập trung hoặc làm gián đoạn đáng kể việc sử dụng MC. – E-E-A-T thấp cho mục đích của trang.	 Trang và website này có nhiều đặc điểm của trang chất lượng thấp. Quan sát kỹ sẽ thấy MC chứa hầu hết thông tin phổ biến và bài viết kém chất lượng, thể hiện sự thiếu nỗ lực. MC bị phá vỡ bởi các Quảng cáo lớn làm gián đoạn đáng kể trải nghiệm người dùng.
Low: Article 1 Bài viết Bí quyết mặc đẹp cho dân công sở	– MC không đạt mục đích của trang: không đạt được mục đích tốt. – E-E-A-T thấp cho mục đích của trang.	 Bài viết thông tin này có nhiều đặc điểm chất lượng Thấp dẫn đến xếp hạng Thấp hoặc Thấp nhất+. Có một lượng lớn nội dung “bổ sung / filler” hoặc vô nghĩa và hoàn toàn thiếu nỗ lực biên tập. Ngoài ra, MC chỉ chứa những thông tin phổ biến (ý là hầu hết ai cũng biết) và người sáng tạo nội dung không chia sẻ về kiến thức chuyên môn hoặc kinh nghiệm trực tiếp.

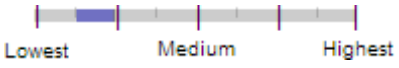
Loại trang web/nội dung	Lý giải chất lượng thấp	Đánh giá PQ và giải thích
Low: Article 2 Dùng gừng để tốt cho sức khỏe	– MC không đạt mục đích của trang: không đạt được mục đích tốt. – MC thiếu độ chính xác hoặc không phù hợp với sự đồng thuận lâu nay của các chuyên gia. -E-E-A-T thấp cho mục đích của trang.	 Bài viết thông tin này có nhiều đặc điểm chất lượng Thấp dẫn đến xếp hạng Thấp hoặc Thấp nhất+. Có nội dung bị cắt xén hoặc vô nghĩa, hoàn toàn thiếu công sức biên tập và có các liên kết không liên quan ở giữa trang. Ngoài ra, bài viết có chủ đề về sức khỏe và không có dấu hiệu nào cho thấy người tạo nội dung có chuyên môn hoặc liên kết liên quan để hỗ trợ các tuyên bố y tế được đưa ra trong bài viết.

Low: Article 3 Làm thế nào để nhận con nuôi từ Iraq	– MC không đạt mục đích của trang: không đạt được mục đích tốt. – E-E-A-T thấp cho mục đích của trang.	 Việc nhận con nuôi ảnh hưởng đáng kể đến sức khỏe và hạnh phúc của gia đình. Đây là một chủ đề YMYL. Tuy nhiên, các bước được liệt kê ở đây chỉ là những thông tin được biết đến rộng rãi và sẽ không mang lại nhiều lợi ích cho những người quan tâm đến việc nhận nuôi một đứa trẻ từ Iraq. Ví dụ: bước 1 nói “Chọn cơ quan nhận con nuôi” và đề nghị tìm trong danh bạ điện thoại. Điều này thể hiện sự thiếu nỗ lực trong việc tạo ra MC. Hầu như không có thông tin cụ thể về Iraq. Không có bằng chứng chuyên môn trong phần mô tả (giới thiệu) về tác giả. Lưu ý rằng một số Quảng cáo có định dạng giống như các liên kết đến các bài viết khác trên website, có khả năng khiến người dùng khó phân biệt trực quan, rõ ràng các Quảng cáo này với MC và SC.
---	--	--

Low: Financial Trang có lời khuyên chọn cổ phiếu chất lượng để đầu tư	– E-E-A-T thấp cho mục đích của trang.	 Lời khuyên về đầu tư chứng khoán có thể tác động đáng kể đến các quyết định tài chính và sự an toàn của một người. Đây là một chủ đề YMYL. MC rất hời hợt và bao gồm hầu hết các thông tin thường được biết đến về chủ đề này, ví dụ: “xem số liệu thống kê quan trọng” hoặc “tìm các công ty có doanh thu tăng”. Không có bằng chứng cho thấy tác giả có chuyên môn về tài chính. Vì bài viết này đưa ra lời khuyên về chủ đề tài chính YMYL nên việc thiếu chuyên môn là lý do dẫn đến xếp hạng Thấp.
---	---	--

Loại trang web/nội dung	Lý giải chất lượng thấp	Đánh giá PQ và giải thích

Low: Medical Trang có thông tin về bệnh cúm kéo dài bao lâu	– E-E-A-T thấp cho mục đích của trang.	 Nhiều bệnh nhân nhập viện và tử vong xảy ra do cúm mỗi năm. Chủ đề này có thể ảnh hưởng đáng kể đến sức khỏe của một người. Đây là một chủ đề YMYL. Không có bằng chứng cho thấy tác giả có chuyên môn về y tế. Vì bài viết này đưa ra lời khuyên về chủ đề y tế YMYL nên việc thiếu kiến thức chuyên môn là nguyên nhân dẫn đến xếp hạng Thấp.
Low: Recipe 1 Công thức bánh táo	– MC không đạt mục đích của trang: không đạt được mục đích đủ tốt.	 Trang và website này có nhiều đặc điểm của trang chất lượng thấp. MC có chất lượng thấp và thiếu thông tin quan trọng. Ví dụ: nó không đưa ra chỉ dẫn về cách làm vỏ bánh và không liệt kê vỏ bánh làm sẵn như một thành phần trong công thức. Sẽ rất khó để làm một chiếc bánh táo dựa vào công thức này.

		Trang này thiếu loại nội dung hữu ích mà chúng ta mong đợi ở các trang công thức nấu ăn, chẳng hạn như đánh giá hoặc nhận xét của người dùng. Nếu không có thông tin như vậy, thật khó để biết công thức này có tốt hay không. Dòng chữ nhỏ màu hồng ở trên cùng không giúp ích gì cho người dùng cả.
Low: Recipe 2 Công thức làm bánh phô mai New York không chứa gluten	– Quảng cáo hoặc SC làm mất tập trung hoặc làm gián đoạn đáng kể việc sử dụng MC.	 Đây là một ví dụ về Quảng cáo/SC gây mất tập trung và gây rối: có các Quảng cáo lớn trong cột chính đẩy MC xuống cũng như nội dung gây mất tập trung nằm trên cao ở cột bên phải (sidebar) được gắn nhãn “Bài viết & Trang hàng đầu / Top Posts & Pages”. Không rõ đây là SC hay Quảng cáo. Ngoài ra, hình ảnh trong Quảng cáo / SC gây sốc, phản cảm và hoàn toàn không liên quan đến MC, điều này tạo ra trải nghiệm kém cho người dùng.

6.0 Trang có chất lượng trung bình

Các trang **Trung bình** có mục đích hữu ích và đạt được mục đích của chúng. Không có gì sai (nothing wrong) với các trang có chất lượng Trung bình. Khả năng cao là bạn sẽ gặp nhiều trang chất lượng Trung bình trong nhiệm vụ xếp hạng PQ.

Để xác định các trang có chất lượng Trung bình, hãy bắt đầu bằng cách xem xét những điều sau:

Xem xét ban đầu	Trang có chất lượng Trung bình
Mục đích của trang	Các trang chất lượng Trung bình có mục đích có lợi hoặc không có hại.
Khả năng trang gây hại như được mô tả trong các nguyên tắc này	Các trang có chất lượng Trung bình dự kiến sẽ không gây hại.
Chủ đề của trang, loại website và mức độ áp dụng tiêu chuẩn YMYL	Một trang về bất kỳ chủ đề nào hoặc bất kỳ loại website nào đều có thể đủ điều kiện cho xếp hạng Trung bình. Cần có sự giám sát đặc biệt với các trang về chủ đề YMYL hoặc các website yêu cầu mức độ tin cậy cao, chẳng hạn như cửa hàng trực tuyến.

Tiêu đề của trang	Các trang chất lượng Trung bình có tiêu đề tóm tắt (summarize) trang.
Vai trò của Quảng cáo và SC trên trang	Quảng cáo và SC không chặn hoặc can thiệp đáng kể vào MC trên các trang có chất lượng Trung bình. Hãy nhớ: Nhiều website cần kiếm tiền để chia sẻ nội dung với người dùng. Chỉ sự hiện diện hay vắng mặt của Quảng cáo không phải là yếu tố cần cân nhắc để đánh giá PQ.
Thông tin được cung cấp bởi website và người tạo nội dung	Các trang chất lượng trung bình có đầy đủ thông tin về website và người tạo nội dung cho mục đích của trang. Đối với các cửa hàng hoặc website xử lý giao dịch tài chính, hãy kiểm tra thông tin dịch vụ khách hàng. Quan trọng: Đối với nội dung cá nhân được chia sẻ trên các nền tảng mạng xã hội hoặc diễn đàn, bí danh hoặc tên người dùng là đủ.

Tiếp theo, đánh giá trang để xác định xem tiêu chí dành cho xếp hạng **Trung bình** có áp dụng được hay không:

Đánh giá chất lượng trang trung bình	Tiêu chí chất lượng Trung bình
Chất lượng MC	MC được tạo ra với đầy đủ nỗ lực, tính độc đáo, tài năng hoặc kỹ năng để trang đạt được mục đích của mình.
Danh tiếng của website và người sáng tạo nội dung	Không đặc biệt tích cực cũng không đặc biệt tiêu cực: Thông tin danh tiếng được tìm thấy về website hoặc người tạo nội dung không đáng lo ngại, nhưng không đủ tích cực để biện minh/lý giải cho xếp hạng cao hơn.
Độ tin cậy của trang: E-E-A-T	Mức E-E-A-T phù hợp với mục đích của trang.

6.1 Các loại trang có chất lượng trung bình

Có hai loại trang chất lượng trung bình:

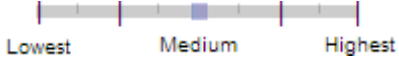
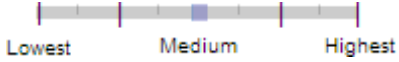
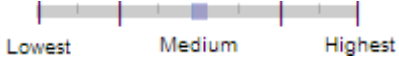
Loại trang Trung bình	Miêu tả

Không có gì sai, nhưng không có gì đặc biệt	Tất cả các cân nhắc và tiêu chí về Chất lượng Trang Trung bình đều được áp dụng.
Hỗn hợp, nhưng có một số phẩm chất đáng giá	Trang hoặc website có một số dấu hiệu Chất lượng Cao (E-E-A-T, chất lượng MC, danh tiếng tích cực) nhưng cũng có một dấu hiệu hoặc dấu hiệu nhẹ là Chất lượng Thấp .

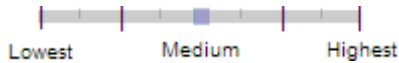
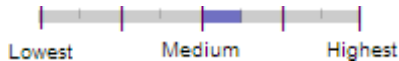
Quan trọng: Để một trang nhận được xếp hạng **cao hơn Trung bình**, trang đó phải đáp ứng các tiêu chí được mô tả trong các phần tiếp theo về Chất lượng trang **Cao** và **Cao nhất**. Để một trang nhận được xếp hạng **thấp hơn Trung bình**, trang đó phải đáp ứng các tiêu chí về chất lượng trang **Thấp** hoặc **Thấp nhất**. Trung bình là xếp hạng áp dụng cho nhiều trang bạn sẽ gặp trong nhiệm vụ xếp hạng PQ: nhiều trang không có gì sai nhưng không đại diện cho nội dung có chất lượng cao hoặc cao nhất hiện có trên thế giới trực tuyến.

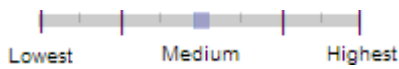
6.2 Ví dụ về các trang có chất lượng trung bình

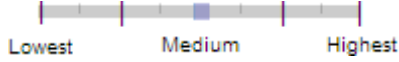
Trang web/Loại nội dung	Lý giải cho chất lượng trung bình	Đánh giá PQ và giải thích

Medium: Encyclopedia Bài viết Wikipedia về ngọc trai baroque	Không có gì sai, nhưng không có gì đặc biệt – MC phù hợp: đạt được mục đích của trang.	 Đây là một bài viết ngắn trên Wikipedia về ngọc trai baroque, một chủ đề khá hẹp. Trang này đạt được mục đích nhưng không biểu hiện các đặc điểm liên quan đến xếp hạng Cao, chẳng hạn như nỗ lực dưới dạng nội dung thú vị và có ý nghĩa.
Medium: Humor Trang từ một website hài hước	Không có gì sai, nhưng không có gì đặc biệt – MC phù hợp: đạt được mục đích của trang.	 Trang này đến từ một website hài hước khuyến khích người dùng đăng ảnh có vẽ miệng. Trang này đạt được mục đích nhưng không biểu hiện các đặc điểm liên quan đến xếp hạng Cao, chẳng hạn như nỗ lực dưới hình thức thảo luận, tương tác hoặc nhận xét từ những người dùng khác.
Medium: Entertainment 1 Bài viết về chương trình	Không có gì sai, nhưng không có gì đặc biệt	 Trang này nằm trên một website dành riêng cho tin tức giải trí. Trang này đạt được mục đích nhưng không biểu hiện

“Keeping Up with the Kardashians”	– MC phù hợp: đạt được mục đích của trang.	các đặc điểm liên quan đến xếp hạng Cao, chẳng hạn như nỗ lực dưới dạng nội dung thú vị và mang tính giải trí, hình ảnh nguyên bản, v.v.
-----------------------------------	--	--

Trang web/L loại nội dung	Lý giải cho chất lượng trung bình	Đánh giá PQ và giải thích
Medium: Entertainment 2 Bài viết về Miley Cyrus	Không có gì sai, nhưng không có gì đặc biệt – MC phù hợp: đạt được mục đích của trang.	 Trang này là từ một website tin tức/giải trí. Trang này đạt được mục đích nhưng không biểu hiện các đặc điểm liên quan đến xếp hạng Cao, chẳng hạn như nỗ lực dưới dạng nội dung thú vị và mang tính giải trí, hình ảnh nguyên bản, v.v.
Medium: Lyrics	Không có gì sai, nhưng	

Lời bài hát của bài hát “Never You/Fear Love”	không có gì đặc biệt – MC phù hợp: đạt được mục đích của trang.	Có rất nhiều website về lời bài hát có nội dung tương tự. Trang này đạt được mục đích nhưng không biểu hiện các đặc điểm liên quan đến xếp hạng Cao, chẳng hạn như nỗ lực tạo ra độ sâu cho nội dung, tính độc đáo, v.v.
Medium: Recipe 1 Món gà-hầm-Mexi trên một trang báo	Không có gì sai, nhưng không có gì đặc biệt – MC phù hợp: đạt được mục đích của trang.	 Lowest Medium Highest Công thức này được đóng góp bởi một tác giả sách dạy nấu ăn. Tuy nhiên, trang này không có SC liên quan đến mục đích của trang, chẳng hạn như đánh giá hoặc liên kết đến các công thức nấu ăn khác, v.v. Trang này đạt được mục đích nhưng không biểu hiện các đặc điểm liên quan đến xếp hạng Cao, chẳng hạn như nỗ lực ở dạng hình ảnh gốc hoặc nhận xét từ người dùng đã làm theo công thức.

Medium: Recipe 2 Công thức làm bánh phủ anh đào	Không có gì sai, nhưng không có gì đặc biệt – MC phù hợp: đạt được mục đích của trang.	 Website này được biết đến với nội dung chất lượng cao về động vật và môi trường {{Ý là trang này không có chuyên môn về việc làm bánh}}. Trang cụ thể này có công thức nấu ăn cho trẻ em. Không có nhiều MC hay SC. Trang này đạt được mục đích nhưng không biểu hiện các đặc điểm liên quan đến xếp hạng Cao, chẳng hạn như nỗ lực dưới dạng các bước chi tiết hơn hoặc tạo ra cảm hứng.
---	---	---

7.0 Trang có chất lượng cao

Các trang chất lượng **Cao** phục vụ mục đích có lợi và đạt được mục đích đó tốt. Các trang chất lượng cao tồn tại với hầu hết mọi mục đích có lợi mà bạn có thể tưởng tượng ra được, từ việc cung cấp thông tin đến bán sản phẩm, rồi nội dung hài hước cho đến trình diễn nghệ thuật.

Để xác định các trang chất lượng **Cao**, hãy bắt đầu bằng cách xem xét những điều sau:

Xem xét ban đầu	Trang chất lượng Cao
Mục đích của trang	Các trang chất lượng Cao có mục đích hữu ích.
Khả năng trang gây hại như được mô tả trong các nguyên tắc này	Các trang chất lượng Cao dự kiến sẽ không gây hại.
Chủ đề của trang, loại website và mức độ áp dụng tiêu chuẩn YMYL	Một trang về bất kỳ chủ đề nào hoặc bất kỳ loại website nào đều có thể đủ điều kiện ở mức xếp hạng Cao .

	Cần giám sát đặc biệt các trang về chủ đề YMYL hoặc các website yêu cầu mức độ tin cậy cao, chẳng hạn như các cửa hàng trực tuyến.
Tiêu đề của trang	Các trang chất lượng cao có tiêu đề tóm tắt trang.
Vai trò của Quảng cáo và SC trên trang	Quảng cáo và SC không chặn hoặc can thiệp đáng kể vào MC trên các trang chất lượng Cao. Hãy nhớ: Nhiều website cần kiếm tiền để chia sẻ nội dung với người dùng. Chỉ sự hiện diện hay vắng mặt của Quảng cáo không phải là yếu tố cần cân nhắc để đánh giá PQ.
Thông tin được cung cấp bởi website và người tạo nội dung	Các trang chất lượng Cao có đầy đủ thông tin về website và người tạo nội dung phù hợp với mục đích của trang. Đối với các cửa hàng hoặc website xử lý giao dịch tài chính, hãy kiểm tra thông tin dịch vụ khách hàng (customer service information). Quan trọng: Đối với nội dung cá nhân được chia sẻ trên các diễn đàn hoặc nền tảng mạng xã hội, bí danh hoặc tên người dùng là đủ.

Tiếp theo, đánh giá trang để xác định xem tiêu chí xếp hạng Cao có thể áp dụng cho nó hay không:

Đánh giá chất lượng trang Cao	Trang chất lượng Cao phải thể hiện <i>ít nhất</i> một trong những điều sau
Chất lượng MC	MC được tạo ra với mức độ nỗ lực, độc đáo, tài năng hoặc kỹ năng cao để trang đạt được mục đích của mình.
Danh tiếng của website và người sáng tạo nội dung	Danh tiếng tích cực của website cho chủ đề của trang. Danh tiếng tích cực của người sáng tạo nội dung đối với chủ đề của MC.
Độ tin cậy của trang: E-E-A-T	Mức độ E-E-A-T cao cho mục đích của trang.

7.1 Nội dung chính có chất lượng cao

MC chất lượng cao sẽ làm hài lòng người truy cập trang. MC chất lượng cao thể hiện bằng chứng về nỗ lực, sự độc đáo, tài năng hoặc kỹ năng. Đối với các trang thông tin, MC chất lượng cao phải chính xác và nhất quán với sự đồng thuận vững chắc của chuyên gia khi nó có sự đồng thuận đó. Có tiêu chuẩn cao! Nếu bạn không chắc liệu nội dung đó có chất lượng cao hay không, hãy thử tìm các trang khác có cùng chủ đề để giúp hiệu chỉnh đánh giá của bạn: các trang “điển hình / typical” và

“trung bình / average” về một chủ đề thường có MC chất lượng Trung bình (không Cao).

Để giúp định hình các tiêu chuẩn của bạn, dưới đây là một số ví dụ về MC chất lượng cao tương phản với MC chất lượng thấp:

MC chất lượng cao: Chi tiết và ví dụ	MC chất lượng thấp: Chi tiết và ví dụ
Mức độ nỗ lực cao: Website hoặc người tạo nội dung đã làm việc chăm chỉ để tạo ra nội dung đạt được mục đích của trang. MC được tổ chức, biên tập và tuyển chọn tốt để hỗ trợ mục đích. – Một bài báo có độ chính xác, sâu sắc và rõ ràng. – Trang Hỏi đáp hoặc bài đăng trên diễn đàn với nhiều cuộc thảo luận có ý nghĩa của nhiều người tham gia. – Trang hướng dẫn chế tạo được tổ chức tốt với những chỉ dẫn rõ ràng, hữu ích để những người khác có thể chế tạo thành công.	Mức độ nỗ lực thấp: MC có dấu hiệu thiếu nỗ lực của website hoặc người sáng tạo nội dung. – Thiếu sự quản lý hoặc chỉnh sửa: Nội dung giúp trang đạt được mục đích nhưng lại bị trộn lẫn với nội dung gây mất tập trung hoặc nội dung bổ sung (filler) ít hữu ích hơn. – Thiếu sáng tạo nội dung: Một bài đăng trên diễn đàn có ít thảo luận hoặc chỉ có nhận xét hời hợt. – Thiếu tổ chức: Một trang hướng dẫn chế tạo có rất nhiều “phần bổ sung” vô ích ở phía trên và ít nỗ lực giải thích

	cách làm đồ thủ công (mục đích của trang) ở phía dưới.
Tính độc đáo cao – MC trên website là duy nhất hoặc nguyên bản. – Ảnh hoặc đoạn phim gốc do website hoặc người tạo nội dung sản xuất. – Nội dung trên trang là độc đáo, thể hiện góc nhìn riêng của người sáng tạo nội dung, chẳng hạn như góc nhìn cá nhân dựa trên trải nghiệm trực tiếp.	Tính độc đáo thấp – Thông tin được tóm tắt từ các nguồn khác với ít giá trị gia tăng. – Ảnh hoặc video đến từ các nguồn khác. – Tóm tắt quan điểm của người khác, chẳng hạn như tóm tắt các đánh giá sản phẩm do người khác viết.
Trình độ tài năng hoặc kỹ năng cao – MC thể hiện tài năng của người sáng tạo, ví dụ: video quay cảnh một người sáng tạo nội dung tài năng đang nhảy múa.	Trình độ tài năng hoặc kỹ năng thấp – Việc thiếu tài năng hoặc kỹ năng phù hợp sẽ ngăn cản trang đạt được mục đích của nó, ví dụ: một bài viết hướng dẫn về hệ thống ống nước của một

– MC cho phép trang đạt được mục đích tốt vì người sáng tạo nội dung có tài năng hoặc kỹ năng, ví dụ: bài viết hướng dẫn cách sửa ống nước của một thợ sửa ống nước lành nghề.	người không có kỹ năng cần thiết để giải thích chính xác các bước.
--	--

7.2 Danh tiếng tích cực

Danh tiếng tích cực của website có thể là lý do để xếp hạng **Cao** nếu website chịu trách nhiệm về MC. Nếu website không chịu trách nhiệm về MC (ví dụ: bài đăng trên các website mạng xã hội hoặc diễn đàn), danh tiếng tích cực của (những) người sáng tạo nội dung có thể là lý do để được xếp hạng **Cao**.

Đối với các chủ đề không thuộc YMYL, thông tin danh tiếng có thể ít quan trọng hơn. Mức độ phổ biến, mức độ tương tác của người dùng và đánh giá của người dùng có thể được coi là bằng chứng về danh tiếng của các website không phải YMYL: các website có thể được coi là có danh tiếng tích cực nếu chúng phổ biến và nổi tiếng về chủ đề hoặc loại nội dung tương ứng.

Hãy nhớ: Nhiều website nhỏ hơn và người bình thường có rất ít thông tin về danh tiếng. Một trang vẫn có thể nhận được xếp hạng Cao nếu không có thông tin về danh tiếng.

7.3 Mức độ E-E-A-T cao

Tùy thuộc vào mục đích của trang, chủ đề và loại website, trang có thể yêu cầu mức E-E-A-T cao để đạt được mục đích tốt và được coi là Chất lượng cao. Các trang có E-E-A-T cao là đáng tin cậy hoặc rất đáng tin cậy.

Kinh nghiệm có giá trị cho hầu hết mọi chủ đề. Các bài đăng trên mạng xã hội và các cuộc thảo luận trên diễn đàn thường có Chất lượng cao khi mọi người tham gia chia sẻ trải nghiệm của họ. Từ việc viết các bản giao hưởng đến đánh giá các thiết bị gia dụng, trải nghiệm trực tiếp có thể tạo nên một bài đăng trên mạng xã hội hoặc trang thảo luận có chất lượng **Cao**.

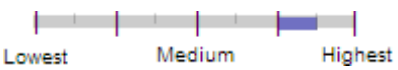
Chuyên môn là cần thiết để đáp ứng nội dung về nhiều chủ đề khác nhau, từ sở thích như chụp ảnh cho đến các chủ đề YMYL, chẳng hạn như khai báo thuế. Hãy suy nghĩ về chủ đề của trang và những kiến thức chuyên môn cần thiết để tạo ra nội dung đáng tin cậy và thỏa mãn. Có nhiều loại chuyên môn không chính thức có thể được quan sát thấy trong MC của nó.

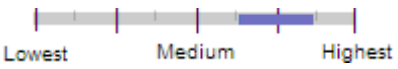
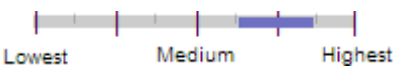
Các trang có **Thẩm quyền** của tất cả các kiểu nội dung khác nhau đều có thể được tìm thấy được. Các website về thuế của chính phủ là nguồn có thẩm quyền cho các biểu mẫu thuế. Các doanh nghiệp và tổ chức địa phương có thể là nguồn thông tin địa phương đáng tin cậy. Khi xem một trang hoặc website, hãy xem xét liệu nó có được coi là nguồn đáng tin cậy và có thẩm quyền cho loại thông tin mà nó đang trình bày hay không.

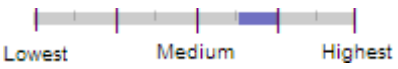
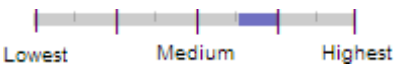
Sự tin cậy đặc biệt quan trọng đối với các trang Chất lượng cao liên quan đến việc xử lý các giao dịch tài chính hoặc đề cập đến các chủ đề YMYL. Ngay cả khi chủ đề không phải là YMYL, vẫn có thể cần có sự tin tưởng; ví dụ: đánh giá sản phẩm và các trang cung cấp lời khuyên cho người khác yêu cầu một mức độ tin cậy nhất định nào đó. Mặc dù không phải tất cả các trang đều yêu cầu mức độ tin cậy cao, nhưng một trang đáng tin cậy thường mang lại cảm giác hài lòng.

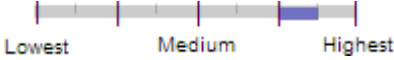
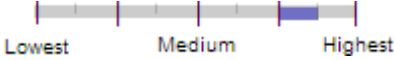
Hãy suy nghĩ về chủ đề của trang. Loại E-E-A-T nào cần thiết để trang đạt được mục đích của nó?

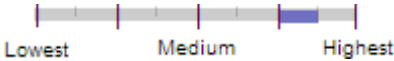
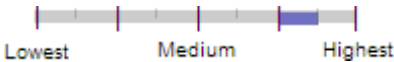
7.4 Ví dụ về các trang có chất lượng cao

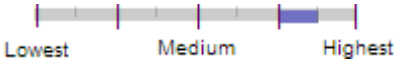
Trang web/L loại nội dung	Lý giải chất lượng cao	Đánh giá PQ và giải thích
High: News 1 Trang chủ của một tờ báo	– MC thỏa mãn: đạt được mục đích của trang tốt. – Danh tiếng website tích cực cho chủ đề của trang.	 Tin tức trên trang chủ của một tờ báo thường có những chủ đề có tác động lớn đến xã hội. Đây là một chủ đề YMYL. Đây là trang chủ của một tờ báo đã giành được nhiều giải thưởng danh giá và có tiếng tăm tích cực về việc đưa tin khách quan. Các bài viết trên trang chủ là báo cáo gốc của các nhà báo chuyên nghiệp (công sức, kỹ năng và nội dung nguyên bản hiện diện ở trang này).

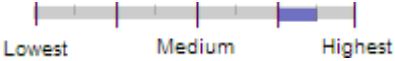
High: News 2 Bài viết bình luận trên một website báo chí	– MC thỏa mãn: đạt được mục đích của trang tốt. – Danh tiếng website tích cực cho chủ đề của trang. – E-E-A-T cao cho mục đích của trang.	 Đây là bài ý kiến được viết bởi Ban biên tập tờ báo lớn nhất bang Minnesota của Mỹ. Trang này được dán nhãn rõ ràng là một bài bày tỏ ý kiến, chào mừng một huấn luyện viên bóng đá mới đến với Đại học Minnesota. Đây là nội dung nguyên bản duy nhất, của riêng site này, và nó được tạo ra bởi một ban biên tập lành nghề có chuyên môn về viết ý kiến xã luận.
High: Government agency Trang Đồng hồ chính thức của Đài thiên văn Hải quân Hoa Kỳ	– E-E-A-T cao cho mục đích của trang.	 Mục đích của trang này là hiển thị thời gian chính thức của Đồng hồ chính của Đài thiên văn Hải quân Hoa Kỳ (US Naval Observatory Master Clock) ở 7 múi giờ khác nhau. Trang hiển thị thông tin đồng hồ một cách rõ ràng, định dạng dễ đọc. Đài quan sát Hải quân rất đáng tin cậy và có thẩm quyền đối với loại thông tin này.

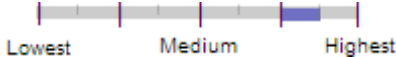
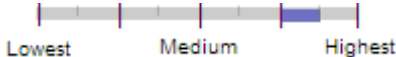
High: Humor Bài viết trên một website hài hước	– MC thỏa mãn: đạt được mục đích của trang tốt. – Danh tiếng website tích cực cho chủ đề của trang.	 Website này nổi tiếng với những bài viết hài hước, châm biếm. Đây là một ví dụ dễ thương về một bài viết hài hước và thỏa mãn (tài năng, kỹ năng và nội dung độc đáo hiện diện ở site này).
High: Small business 1 Nhà hàng cá & khoai tây chiên địa phương	– MC thỏa mãn: đạt được mục đích của trang tốt. – E-E-A-T cao cho mục đích của trang.	 Đây là trang “about us / về chúng tôi” trên website của một nhà hàng. Trang này cung cấp thông tin về thời điểm nhà hàng mở cửa và những gì du khách có thể mong đợi. Các trang khác trên website cung cấp thông tin về nhà hàng bao gồm địa chỉ, thực đơn, thông tin liên hệ khác, v.v. Website là nguồn cung cấp thông tin về chính nó (có thẩm quyền). MC có chất lượng cao (nỗ lực, nội dung nguyên bản hiện diện ở trang này).

Trang web/Loại nội dung	Lý giải chất lượng cao	Đánh giá PQ và giải thích
High: Small business 2 Trung tâm bảo quản địa phương	– MC thỏa mãn: đạt được mục đích của trang tốt. – E-E-A-T cao cho mục đích của trang.	 Đây là phần Tin tức và Cập nhật của một trung tâm bảo quản địa phương bán gia cầm, rau củ, v.v. (chuyên môn). MC có chất lượng cao (nỗ lực, nội dung nguyên bản hiện diện ở trang này). Lưu ý: Ví dụ này đã được thêm vào năm 2014 nên “Tin tức và cập nhật” được xem là đã kịp thời.
High: Blog post Bài viết về xe đẩy thuộc chủ đề nuôi dạy con cái	– MC thỏa mãn: đạt được mục đích của trang tốt. – Danh tiếng tích cực của người tạo nội dung cho chủ đề của trang.	 Đây là một bài blog trên một tờ báo đã giành được nhiều giải thưởng danh giá. Tác giả của bài đăng trên blog này đã được biết đến như một chuyên gia về các vấn đề nuôi dạy con cái (chuyên môn) và là người đóng góp thường xuyên cho trang này cũng như các website truyền thông khác (danh

	– E-E-A-T cao cho mục đích của trang.	tiếng của người sáng tạo nội dung là tích cực). MC thể hiện nỗ lực và nguyên bản.
High: Shopping 1 Trang mua sắm ba lô trên website cửa hàng nổi tiếng	– MC thỏa mãn: đạt được mục đích của trang tốt. – Danh tiếng website tích cực cho chủ đề của trang. – E-E-A-T cao cho mục đích của trang.	 Mục đích của trang này là cho phép người dùng mua ba lô học sinh. Trang này cung cấp nhiều lựa chọn ba lô khác nhau và một số trong đó có đánh giá của người dùng. Đây là nhà bán hàng nổi tiếng, uy tín, có thông tin chăm sóc khách hàng chi tiết trên trang nên rất đáng tin cậy (Trust). MC thể hiện nỗ lực và các sản phẩm bán trên website này đạt được tiêu chí về tính độc đáo (nỗ lực, nội dung nguyên bản).
High: Shopping 2 Bán đồ trang trí phòng	– Danh tiếng website tích cực cho chủ đề của trang.	 Công ty này bán dòng sản phẩm nội thất và phụ kiện cao cấp, thời trang dành cho trẻ nhỏ và trẻ sơ sinh. Nó có danh tiếng tích cực và chuyên môn về

tấm trên website dạng cửa hàng	– E-E-A-T cao cho mục đích của trang.	các loại hàng hóa cụ thể này. Nhiều sản phẩm được bán trên website này là độc đáo và khác biệt.
High: Video 1 Video Trực tiếp Đêm Thứ Bảy / Saturday Night Live trên một website video	– MC thỏa mãn: đạt được mục đích của trang tốt. – E-E-A-T cao cho mục đích của trang.	 MC của trang video này là một tập của chương trình Saturday Night Live, thể hiện nội dung gốc được sản xuất bởi một tổ chức tài năng, có kinh nghiệm và chuyên môn sản xuất các chương trình truyền hình hài hước.

Trang web/Loại nội dung	Lý giải chất lượng cao	Đánh giá PQ và giải thích
High: Video 2 Video “Anh chàng kỹ thuật viên hướng dẫn chăm sóc mèo”	– MC thỏa mãn: đạt được mục đích của trang tốt.	 Đây là video hài hước, chất lượng cao, minh họa cách chăm sóc đúng cách và thực tế cho mèo cưng (nội dung gốc, tài năng). Hai kỹ thuật viên trong video đều rất có kinh nghiệm trong việc nuôi

	– E-E-A-T cao cho mục đích của trang.	mèo (Experience). Đối với một video hài hước như video này, kinh nghiệm (chứ không phải chuyên môn chính thức về chăm sóc mèo) là đủ để video có E-E-A-T cao.
High: Game Trò chơi trực tuyến	– MC thỏa mãn: đạt được mục đích của trang tốt. – Danh tiếng website tích cực cho chủ đề của trang.	 Trò chơi có tính hấp dẫn cao với nhiều cấp độ có thể giúp trẻ giải trí hàng giờ (nỗ lực, nội dung gốc, tài năng và kỹ năng thiết kế trò chơi). Website này có danh tiếng tích cực trong việc giáo dục trẻ em về động vật và trò chơi động vật đặc biệt này phù hợp với danh tiếng đó.
High: Encyclopedia Bài viết bách khoa toàn thư về Nội chiến Hoa Kỳ	– MC thỏa mãn: đạt được mục đích của trang tốt. – Danh tiếng website tích cực cho chủ đề của trang.	 Đây là một bài viết chi tiết về Nội chiến Hoa Kỳ. Các trích dẫn hỗ trợ E-E-A-T của bài viết này. Có một lượng lớn nội dung nguyên gốc, có chiều sâu (nỗ lực, độ chính xác). Website này nổi tiếng là một

		nguồn tài nguyên tốt để tìm kiếm vô số thông tin thường được biết đến về các chủ đề như chủ đề này. Lưu ý: Mặc dù phần lớn nội dung hiển thị trên trang dành cho thiết bị di động nhưng chúng tôi coi nội dung bên dưới các tiêu đề (mà bạn cần mở rộng để xem đầy đủ) là một phần của MC. (Để xem ảnh chụp màn hình, bạn sẽ cần phóng to hình ảnh.)
--	--	--

8.0 Trang có chất lượng cao nhất

Các trang chất lượng **Cao nhất** (Highest) phục vụ mục đích có lợi và đạt được mục đích đó **rất tốt**. Sự khác biệt giữa **Cao** và **Cao nhất** dựa trên chất lượng MC, danh tiếng của website và người sáng tạo nội dung và/hoặc E-E-A-T.

Để xác định các trang có chất lượng **Cao nhất**, hãy bắt đầu bằng cách xem xét những điều sau:

Xem xét ban đầu	Trang chất lượng Cao nhất
-----------------	----------------------------------

Mục đích của trang	Các trang chất lượng Cao nhất có mục đích hữu ích.
Khả năng trang gây hại như được mô tả trong các nguyên tắc này	Các trang chất lượng Cao nhất dự kiến sẽ không gây hại.
Chủ đề của trang, loại website và mức độ áp dụng tiêu chuẩn YMYL	Một trang thuộc bất kỳ chủ đề nào, hoặc bất kỳ loại website nào cũng đều có khả năng đủ điều kiện để xếp hạng chất lượng ở mức Cao nhất. Cần giám sát đặc biệt các trang về chủ đề YMYL hoặc các website yêu cầu mức độ tin cậy cao, chẳng hạn như các cửa hàng trực tuyến.
Tiêu đề của trang	Các trang chất lượng Cao nhất có tiêu đề tóm tắt trang.
Vai trò của Quảng cáo và SC trên trang	Quảng cáo và SC không chặn hoặc can thiệp đáng kể vào MC trên các trang có chất lượng Cao nhất. Hãy nhớ: Nhiều website cần kiếm tiền để chia sẻ nội dung với người dùng. Chỉ sự hiện diện hay vắng

	mặt của Quảng cáo không phải là yếu tố cần cân nhắc để đánh giá PQ.
Thông tin được cung cấp bởi website và người tạo nội dung	Các trang chất lượng Cao nhất có đầy đủ thông tin về website và người tạo nội dung cho mục đích của trang. Đối với các cửa hàng hoặc website xử lý giao dịch tài chính, hãy kiểm tra thông tin về dịch vụ khách hàng. Quan trọng: Đối với nội dung cá nhân được chia sẻ trên các diễn đàn hoặc nền tảng mạng xã hội thì bí danh hoặc tên người dùng là đủ.

Tiếp theo, đánh giá trang để xác định xem tiêu chí **Cao nhất** có áp dụng được hay không:

Đánh giá chất lượng trang Cao nhất	Trang chất lượng Cao nhất phải thể hiện <i>ít nhất một</i> trong những điều sau
Chất lượng MC	MC được tạo ra với mức độ nỗ lực, độc đáo, tài năng hoặc kỹ năng rất cao để trang đạt được mục đích của nó rất tốt .

Danh tiếng của website và người sáng tạo nội dung	Danh tiếng rất tích cực của website cho chủ đề của trang. Danh tiếng rất tích cực của người sáng tạo nội dung đối với chủ đề của MC.
Độ tin cậy của trang: E-E-A-T	Mức độ E-E-A-T rất cao cho mục đích của trang.

8.1 MC có chất lượng rất cao

Người truy cập trang rất hài lòng vì MC có chất lượng rất cao. MC chất lượng rất cao thể hiện điều gì? Nó là bằng chứng về mức độ nỗ lực, tính độc đáo, tài năng hoặc kỹ năng cao. Đối với các trang thông tin, MC chất lượng rất cao phải chính xác, được truyền đạt rõ ràng và nhất quán với sự đồng thuận vững chắc của chuyên gia khi nó tồn tại. MC chất lượng rất cao đại diện cho một số nội dung nổi bật nhất về một chủ đề hoặc loại hình hiện có trên thế giới trực tuyến.

Các tiêu chuẩn dành cho MC có chất lượng **Cao nhất** có thể rất khác nhau tùy thuộc vào mục đích, chủ đề và loại website. Dưới đây là một số ví dụ về nội dung gốc có chất lượng **Cao nhất**:

- **Đối với tin tức / news:** Báo cáo gốc cung cấp thông tin mà lẽ ra sẽ không được biết đến nếu bài báo đó không tiết lộ nó. Báo cáo chính xác, nguyên bản, chuyên sâu và mang tính điều tra, đòi hỏi trình độ kỹ năng/tài năng và nỗ lực cao. Nội dung tin tức chất lượng rất cao sẽ bao gồm mô tả về các nguồn chính và báo cáo gốc khác được tham chiếu trong quá trình tạo nội dung. Nội

dung tin tức chất lượng rất cao phải chính xác và đáp ứng các tiêu chuẩn báo chí chuyên nghiệp.

- **Đối với nội dung nghệ thuật** / artistic (video, hình ảnh, nhiếp ảnh, bài viết, v.v.): Nội dung độc đáo và nguyên bản được tạo bởi các nghệ sĩ hoặc người sáng tạo nội dung có tay nghề cao và tài năng. Nội dung nghệ thuật như vậy đòi hỏi kỹ năng/tài năng và nỗ lực cao. Nếu nội dung nghệ thuật có liên quan đến chủ đề YMYL (ví dụ: nội dung nghệ thuật nhằm mục đích cung cấp thông tin hoặc gây ảnh hưởng đến quan điểm về chủ đề YMYL), thì nên áp dụng tiêu chuẩn YMYL.
- **Đối với nội dung thông tin** / informational: Nguyên bản, chính xác, toàn diện, được truyền đạt rõ ràng và phải phản ánh sự đồng thuận của chuyên gia nếu phù hợp. Kỳ vọng đối với các loại thông tin khác nhau có thể khác nhau. Ví dụ: các bài báo khoa học có những kỳ vọng khác với một bài đăng trên mạng xã hội chia sẻ thông tin về một sở thích chẳng hạn như sưu tập tem. Tuy nhiên, tất cả các loại nội dung thông tin có chất lượng rất cao đều có đặc điểm chung là tính chính xác và rõ ràng trong việc truyền đạt, bên cạnh việc đáp ứng các tiêu chuẩn phù hợp với chủ đề hoặc lĩnh vực.

Xếp hạng **Cao nhất** sẽ hợp lý cho các trang mà MC có khả năng làm người dùng *rất hài lòng*, được tạo ra với mức độ nỗ lực, độc đáo, tài năng hoặc kỹ năng rất cao.

8.2 Danh tiếng rất tích cực

Nghiên cứu danh tiếng rất quan trọng khi đưa ra xếp hạng Cao nhất. Đối với các chủ đề YMYL, danh tiếng rất tích cực thường dựa trên đề xuất từ các chuyên gia nổi tiếng hoặc hiệp hội nghề nghiệp phù hợp với chủ đề của trang. Giải thưởng uy tín cũng có thể là bằng chứng, tùy thuộc vào chủ đề và loại nội dung.

Đối với các chủ đề không thuộc YMYL, thông tin danh tiếng có thể ít quan trọng hơn. Mức độ phổ biến, mức độ tương tác của người dùng và đánh giá của người dùng có thể được coi là bằng chứng về danh tiếng của các website không phải YMYL: các website và người tạo nội dung có thể được coi là có danh tiếng rất tích cực nếu họ

được coi là một trong những nguồn tốt nhất có sẵn trên thế môi trường trực tuyến cho một chủ đề hoặc loại nội dung nhất định.

Hãy nhớ: Nhiều website nhỏ hơn và người bình thường có rất ít thông tin về danh tiếng. Một trang vẫn có thể nhận được xếp hạng **Cao nhất** mà không có thông tin danh tiếng.

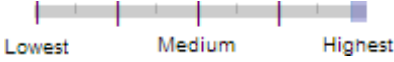
8.3 Mức độ E-E-A-T rất cao

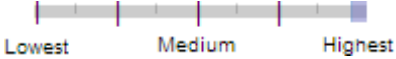
E-E-A-T rất cao là yếu tố giúp phân biệt các trang có chất lượng Cao nhất. Một website hoặc người tạo nội dung là nguồn có thẩm quyền duy nhất cho một chủ đề có E-E-A-T rất cao. Người sáng tạo nội dung có nhiều kinh nghiệm có thể được coi là có E-E-A-T rất cao đối với các chủ đề mà kinh nghiệm là yếu tố chính tạo nên sự *tin cậy*. Trình độ chuyên môn rất cao có thể biện minh cho việc đánh giá E-E-A-T rất cao. Các website và người tạo nội dung có E-E-A-T rất cao là những nguồn đáng tin cậy nhất trên internet cho một chủ đề cụ thể.

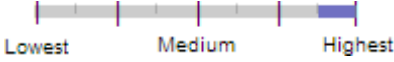
Hãy suy nghĩ về ý nghĩa của E-E-A-T đối với chủ đề của trang. Kinh nghiệm trực tiếp quan trọng như thế nào? Các chuyên gia là ai vậy? Điều gì làm cho một nguồn có thẩm quyền cao về chủ đề này? Điều gì làm cho một website hoặc người sáng tạo nội dung đáng tin cậy về chủ đề này? Tiêu chuẩn cho E-E-A-T rất cao sẽ khác nhau tùy thuộc vào chủ đề của trang.

8.4 Ví dụ về các trang có chất lượng cao nhất

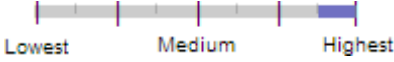
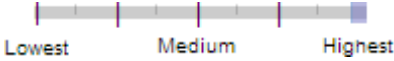
Trang web/Loại nội dung	Lý giải chất lượng cao nhất	Đánh giá PQ và giải thích

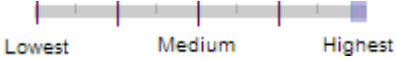
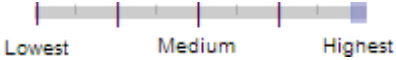
Highest: News 1 Bài viết trên một website báo chí	– MC rất hài lòng: đạt được mục đích của trang rất tốt. – Danh tiếng website rất tích cực cho chủ đề của trang. – E-E-A-T rất cao cho mục đích của trang.	 Báo cáo về độc tính môi trường có thể tác động đáng kể đến sức khỏe và an ninh tài chính của người dân, doanh nghiệp và cơ quan chính phủ. Trang này thuộc chủ đề YMYL. Đây là bài viết nổi bật của một tờ báo đã đạt được nhiều giải thưởng (danh tiếng rất tích cực của website). Trang có lượng MC tổng hợp có chất lượng rất cao, bao gồm cả những bài tường thuật chuyên sâu (công sức, nội dung nguyên bản độc đáo, kỹ năng, độ chính xác hiện diện ở trang này) của các tác giả có kiến thức và kinh nghiệm sâu rộng về báo chí điều tra (chuyên môn).
---	---	---

Highest: News 2 Bài viết trên một website báo chí	– MC rất hài lòng: đạt được mục đích của trang rất tốt. – Danh tiếng của người sáng tạo nội dung rất tích cực cho chủ đề của trang. – E-E-A-T rất cao cho mục đích của trang.	 Đây là một bài viết trên một trang báo đã giành được nhiều giải thưởng. Bài viết có lượng MC chất lượng rất cao, độc đáo và nguyên bản, bao gồm báo cáo điều tra chuyên sâu của hai tác giả có kiến thức và kinh nghiệm sâu rộng về báo chí điều tra (công sức, nội dung nguyên bản độc đáo hiện diện ở trang này, kỹ năng, độ chính xác). Các phóng viên đã lọt vào vòng chung kết của giải thưởng tin tức danh giá cho việc đưa tin điều tra về bài báo này (danh tiếng rất tích cực của những người sáng tạo nội dung).
---	---	--

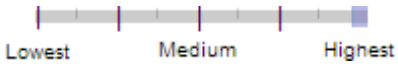
Highest: Informational 1 Trang kiểm tra sự thật trên một website vạch trần tin đồn trên Internet	– MC rất hài lòng: đạt được mục đích của trang rất tốt. – Danh tiếng của website rất tích cực cho chủ đề của trang. – E-E-A-T rất cao cho mục đích của trang.	 Trang này nằm trên một website xác minh và vạch trần sự thật nổi tiếng, bao gồm các truyền thuyết đô thị, tin đồn trên Internet và những câu chuyện khác không rõ nguồn gốc hoặc có vấn đề (danh tiếng rất tích cực của website). Người dùng rất hài lòng về lượng MC trên trang này khi họ muốn tìm cách xác thực một bức ảnh tuyên bố đã phát hiện ra nàng tiên cá (nỗ lực, kỹ năng kiểm tra thực tế, nội dung gốc). Người dùng có thể tin tưởng vào thông tin trên trang này do danh tiếng tích cực của website và trình độ chuyên môn cao trong việc vạch trần những câu chuyện kiểu như vậy.
--	---	--

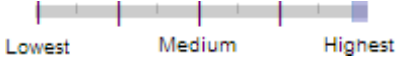
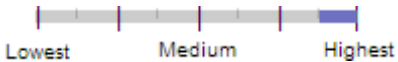
Trang web/Loại nội dung	Lý giải chất lượng cao nhất	Đánh giá PQ và giải thích

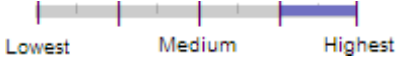
Highest: Informational 2 Trang váy cưới váy dạ hội	– MC rất hài lòng: đạt được mục đích của trang rất tốt. – Danh tiếng website rất tích cực cho chủ đề của trang.	 Trang này có MC rất làm hài lòng người dùng quan tâm đến váy cưới dạ hội. Số lượng hình ảnh dồi dào, cộng với các tùy chọn để xem theo phạm vi giá cả, kiểu dáng, v.v., là một phần khiến trang này trở nên rất hữu ích (nỗ lực được thể hiện ở độ sâu và loại nội dung). Trang này nằm trên một website tổ chức đám cưới rất nổi tiếng (website này có danh tiếng rất tích cực).
Highest: Government agency Thông tin về vườn quốc gia Yosemite	– MC rất hài lòng: đạt được mục đích của trang rất tốt. – E-E-A-T rất cao cho mục đích của trang.	 Trang này có thông tin rất thú vị và hữu ích về Công viên Quốc gia Yosemite, bao gồm cảnh báo giao thông và liên kết đến các phần khác của website với thông tin bổ sung (nỗ lực, độ chính xác). Vì trang này nằm trên website chính thức của công viên quốc gia nên nó có thẩm quyền cao nhất (E-E-A-T cao nhất).

Highest: Technical 1 Thủ thuật phần mềm	– MC rất hài lòng: đạt được mục đích của trang rất tốt. – E-E-A-T rất cao cho mục đích của trang.	 Trang này cung cấp MC rất hài lòng và hữu ích cho mục đích của trang. Bởi vì trang này nằm trên website chính thức của công ty sản xuất phần mềm nên nó có thẩm quyền cao (E-E-A-T cao nhất).
Highest: Technical 2 Kho lưu trữ Linux kernel /Size..Size..Size.. Size/	– Danh tiếng website rất tích cực cho chủ đề của trang. – E-E-A-T rất cao cho mục đích của trang.	 Từ bài viết trên Wikipedia chúng ta biết rằng “Kernel.org là kho lưu trữ mã nguồn chính cho Linux kernel, nền tảng của hệ điều hành Linux phổ biến. Nó cung cấp tất cả các phiên bản của mã nguồn cho tất cả người dùng... Mục đích chính của trang này là lưu một kho lưu trữ dành cho các nhà phát triển Linux kernel (nhân Linux) và người bảo trì các bản phân phối Linux.” Website này là nguồn thông tin có thẩm quyền nhất về Linux (E-E-A-T

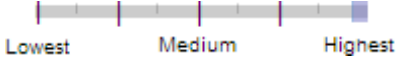
		cao nhất) và có danh tiếng rất tích cực về chủ đề của trang.
--	--	--

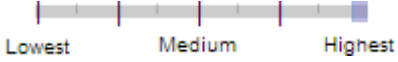
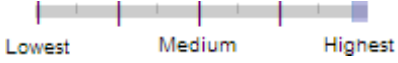
Trang web/Loại nội dung	Lý giải chất lượng cao nhất	Đánh giá PQ và giải thích
Highest: Financial 1 Website thông tin báo cáo tín dụng	– Danh tiếng website rất tích cực cho chủ đề của trang. – E-E-A-T rất cao cho mục đích của trang.	 Báo cáo tín dụng tác động đáng kể đến các lựa chọn và cơ hội tài chính của một người. Đây là một chủ đề YMYL. Người dùng ở Hoa Kỳ có thể nhận báo cáo tín dụng miễn phí trên website này bằng cách cung cấp Số An sinh Xã hội của họ. Bài viết trên Wikipedia cho chúng ta biết rằng website này là “nguồn duy nhất được liên bang ủy quyền và có thẩm quyền để lấy báo cáo tín dụng miễn phí”. Website này có thẩm quyền cao nhất (E-E-A-T cao nhất) và có danh tiếng rất tích cực về thông tin báo cáo tín dụng.

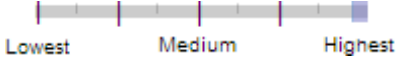
Highest: Financial 2 Trang biểu mẫu thuế	– Danh tiếng website rất tích cực cho chủ đề của trang. – E-E-A-T rất cao cho mục đích của trang.	 Các hình thức thuế thu nhập ảnh hưởng đáng kể đến an ninh tài chính của một người. Đây là một chủ đề YMYL. Mục đích của trang này là cung cấp các biểu mẫu và ấn phẩm về thuế thu nhập. Website này đại diện cho một cơ quan của chính phủ liên bang Hoa Kỳ xử lý các vấn đề về thuế, do đó trang và các biểu mẫu đó có thẩm quyền và độ tin cậy rất cao.
Highest: Magazine Article 1 Bài viết có tiêu đề “Nỗi sợ thâm kín của giới siêu giàu”	– MC rất hài lòng: đạt được mục đích của trang rất tốt. – Danh tiếng website rất tích cực cho chủ đề của trang.	 Bài viết này đăng trên một website tạp chí đã giành được nhiều giải thưởng của Tạp chí Quốc gia (danh tiếng rất tích cực cho loại bài báo này). Bài viết có MC chuyên sâu, nguyên bản và độc đáo (công sức, kỹ năng, nội dung gốc).

Highest: Magazine Article 2 Phỏng vấn nghệ sĩ âm nhạc	– MC rất hài lòng: đạt được mục đích của trang rất tốt. – Danh tiếng website rất tích cực cho chủ đề của trang.	 Tạp chí này rất nổi tiếng và được đánh giá cao về nội dung về các nghệ sĩ và ban nhạc, đặc biệt có danh tiếng tích cực trong các cuộc phỏng vấn với các nhạc sĩ. Cuộc phỏng vấn với nghệ sĩ có nội dung nguyên bản, chuyên sâu.
---	---	---

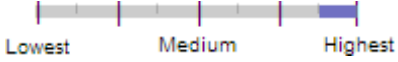
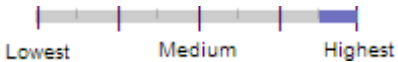
Trang web/Loại nội dung	Lý giải chất lượng cao nhất	Đánh giá PQ và giải thích

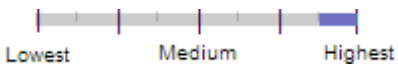
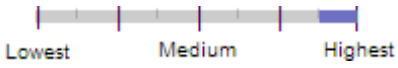
Highest: Medical 1 Tính toán chỉ số BMI	– Danh tiếng website rất tích cực cho chủ đề của trang. – E-E-A-T rất cao cho mục đích của trang.	 BMI được các chuyên gia chăm sóc sức khỏe sử dụng để sàng lọc các vấn đề sức khỏe khác nhau và có thể tác động đáng kể đến việc điều trị y tế của một người. Đây là một chủ đề YMYL. Mục đích của trang này là cung cấp công cụ tính chỉ số BMI (Chỉ số khối cơ thể) trực tuyến. Công cụ tính toán có chức năng dễ hiểu và dễ sử dụng. Trang này được tạo ra bằng nỗ lực và kỹ năng và nó hoàn thành rất tốt mục đích của mình bằng cách cung cấp MC chất lượng rất cao và làm hài lòng người sử dụng. Website này đại diện cho một viện trực thuộc Viện Y tế Quốc gia (National Institutes of Health). Nó có danh tiếng cực kỳ tốt và là một chuyên trang sâu về các chủ đề y tế.
---	--	--

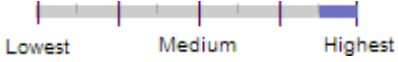
Highest: Medical 2 Trang về bệnh viêm màng não	– Danh tiếng website rất tích cực cho chủ đề của trang. – E-E-A-T rất cao cho mục đích của trang.	 Thông tin về bệnh viêm màng não có thể ảnh hưởng đáng kể đến sức khỏe của một người. Đây là một chủ đề YMYL. Đây là trang tham khảo về bệnh viêm màng não trên một website đáng tin cậy và có thẩm quyền dành cho một nhóm nghiên cứu y tế phi lợi nhuận. Website này nổi tiếng là một trong những nguồn tài nguyên web tốt nhất về thông tin y tế.
Highest: Medical 3 Trang về bệnh cúm theo mùa	– Danh tiếng website rất tích cực cho chủ đề của trang. – E-E-A-T rất cao cho mục đích của trang.	 Nhiều bệnh nhân nhập viện và tử vong xảy ra do cúm mỗi năm. Chủ đề này có thể ảnh hưởng đáng kể đến sức khỏe của một người. Đây là một chủ đề YMYL. Đây là trang tham khảo về bệnh cúm trên một website y tế đáng tin cậy và có thẩm quyền. Website này nổi tiếng là một trong những nguồn tài nguyên trên

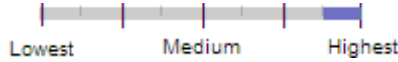
		web tốt nhất về thông tin y tế thuộc dạng này.
Highest: Medical 4 Thông tin sức khỏe trên trang bệnh viện	– Danh tiếng website rất tích cực cho chủ đề của trang. – E-E-A-T rất cao cho mục đích của trang.	 Thông tin về các dịch vụ và phương pháp điều trị của bệnh viện có thể tác động đáng kể đến khả năng tìm kiếm và nhận dịch vụ chăm sóc sức khỏe của một người. Đây là một chủ đề YMYL. Theo bài viết trên Wikipedia, bệnh viện này “hiện được coi là một trong 4 bệnh viện hàng đầu ở Hoa Kỳ theo đánh giá của U.S. News & World Report.” Người dùng có thể tin tưởng vào thông tin y tế trên website này.

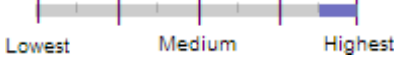
Trang web/Loại nội dung	Lý giải chất lượng cao nhất	Đánh giá PQ và giải thích

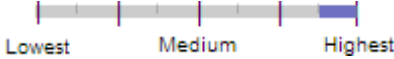
Highest: Shopping Trang mua sắm ba lô	– MC rất hài lòng: đạt được mục đích của trang rất tốt. – Danh tiếng website rất tích cực cho chủ đề của trang. – E-E-A-T rất cao cho mục đích của trang.	 Mục đích của trang này là cung cấp thông tin và cho phép người dùng mua một loại ba lô học sinh cụ thể. Trang cung cấp nhiều thông tin hữu ích về sản phẩm, cũng như 600 đánh giá của người dùng (nỗ lực, nội dung gốc). Vì cửa hàng sản xuất mẫu ba lô này (sản phẩm độc đáo) nên họ là chuyên gia về sản phẩm, khiến trang trên website của chính họ trở nên có thẩm quyền (E-E-A-T cao nhất). Ngoài ra, cửa hàng này còn nổi tiếng là nơi sản xuất một trong những chiếc ba lô học sinh có chất lượng cao nhất và được ưa chuộng nhất trên thị trường.
Highest: Login Trang đăng nhập của ngân hàng trực tuyến	– Danh tiếng website rất tích cực cho chủ đề của trang. – E-E-A-T rất cao cho mục đích của trang.	 Việc truy cập thông tin tài chính của một người tác động đáng kể đến các quyết định tài chính và sự an toàn của một người. Đây là một chủ đề YMYL.

		Trang này có chức năng đăng nhập và thông tin rõ ràng về những gì người dùng đang nhập vào. Đây là một ngân hàng lớn, nổi tiếng, có danh tiếng tốt và được đánh giá là có độ tin cậy cao.
Highest: Charity Trang chủ của một tổ chức từ thiện	– Danh tiếng website rất tích cực cho chủ đề của trang. – E-E-A-T rất cao cho mục đích của trang.	 Cứu trợ thiên tai tác động đáng kể đến con người và xã hội trong thời kỳ khủng hoảng. Trang này thuộc chủ đề YMYL. Đây là tổ chức từ thiện có uy tín cao theo nhiều tổ chức đánh giá về từ thiện.
Highest: PDF File Bản đồ trường	– MC rất hài lòng: đạt được mục đích của trang rất tốt. – E-E-A-T rất cao cho mục đích của trang.	 Tệp PDF này là bản đồ khuôn viên chi tiết của một trường đại học lớn, được lưu trữ trên website chính thức của trường đại học. Đây là một nguồn có thẩm quyền cao cho thông tin này. Bản đồ bao gồm danh sách tất cả các tòa nhà, công trình đỗ xe, bãi đỗ xe, khu vực

		xây dựng, v.v. (nỗ lực, kỹ năng, độ chính xác).
Highest: Recipe Công thức làm bánh quy sô-cô-la chip trên blog công thức nấu ăn	– MC rất hài lòng: đạt được mục đích của trang rất tốt. – E-E-A-T rất cao cho mục đích của trang.	 Tác giả của blog này đã ghi lại thử nghiệm sâu rộng của cô ấy với công thức bánh quy sô cô la chip (kinh nghiệm), và chuyên môn cũng như kỹ năng của cô ấy được thể hiện qua số lượng lớn MC độc đáo, nguyên bản và làm hài lòng người dùng.

Trang web/Loại nội dung	Lý giải chất lượng cao nhất	Đánh giá PQ và giải thích
Highest: Video 1 Video âm nhạc của ban nhạc OK Go cho bài hát	– MC rất hài lòng: đạt được mục đích của trang rất tốt. – Danh tiếng website rất tích	 Đây là video chất lượng cao, được sản xuất chuyên nghiệp trên kênh chính thức của ban nhạc. Video âm nhạc thể hiện nội dung độc đáo và nguyên bản

“This Too Shall Pass”	cực cho chủ đề của trang.	được tạo ra bởi một nghệ sĩ âm nhạc tài năng và có tay nghề cao (tài năng, kỹ năng, nỗ lực, nội dung nguyên bản). Ngoài ra, website chia sẻ video này {{YouTube}} còn có danh tiếng tích cực trong việc lưu trữ các video âm nhạc chính thức của các ban nhạc.
Highest: Video 2 Video “Henri 2, Paw de Deux”	– MC rất hài lòng: đạt được mục đích của trang rất tốt. – Danh tiếng website rất tích cực cho chủ đề của trang.	 Đây là một video nghiệp dư được lan truyền rộng rãi, được thực hiện bởi một sinh viên trường điện ảnh về con mèo của mẹ mình. Nó đã giành được “Giải thưởng Kitty vàng” cho “Video về mèo hay nhất trên Internet” tại Liên hoan Phim Video Mèo Internet của Trung tâm Nghệ thuật Walker (Walker Art Center’s Internet Cat Video Film Festival). Video là nội dung độc đáo và nguyên bản được tạo ra với mức độ nỗ lực cao. Ngoài ra, website chia sẻ video này {{YouTube}} còn có danh tiếng tích cực với những video về mèo dễ thương.

Highest: Video 3 Video “Saturday Night Live / Trực tiếp Đêm Thứ Bảy” trên website của mạng truyền hình	– MC rất hài lòng: đạt được mục đích của trang rất tốt. – Danh tiếng của người sáng tạo nội dung rất tích cực cho chủ đề của trang. – E-E-A-T rất cao cho mục đích của trang.	 MC của trang video này là một tập của Saturday Night Live trên website chính thức của mạng truyền hình, đây là nguồn uy tín cung cấp nội dung này. Tập phim thể hiện nội dung gốc và chất lượng cao được tạo bởi một chương trình truyền hình đã giành được nhiều giải thưởng. Bên dưới video chính còn có rất nhiều video khác mà người dùng có thể quan tâm.
--	---	--

9.0 Tiêu chí chất lượng trang cho các loại trang cụ thể

9.1 Xếp hạng cho các trang bách khoa toàn thư

Có rất nhiều website kiểu bách khoa toàn thư (encyclopedia-type). Một số là ấn phẩm có uy tín cao và là tài liệu tham khảo tiêu chuẩn, trong khi một số là website có nội dung được tạo và chỉnh sửa bởi người dùng ẩn danh, không có sự giám sát biên tập hoặc xác minh tính xác thực. Không phải lúc nào chúng ta cũng có thể biết tác giả của bài viết bách khoa toàn thư cụ thể và do đó phải dựa vào nghiên cứu danh tiếng của website để xác định E-E-A-T của bài viết. Xếp hạng chất lượng **Cao** và **Cao nhất** chỉ nên được áp dụng cho những bộ bách khoa toàn thư có danh tiếng rất tốt về độ chính xác và chuyên môn, trong đó bản thân bài viết đã được nghiên cứu kỹ lưỡng với các tài liệu tham khảo thích hợp được trích dẫn (references cited).

Một lưu ý về Wikipedia: nói chung, website này có danh tiếng tốt và là một nguồn tài nguyên rất phổ biến, thường được đánh giá cao về tính chính xác. Tuy nhiên, không có tác giả hay tổ chức nào đảm bảo tính chính xác của các bài viết trên Wikipedia và chất lượng của các trang cũng khác nhau. Bạn nên kiểm tra từng bài viết riêng lẻ để đánh giá chất lượng của MC.

Một bài viết trên Wikipedia về chủ đề không phải YMYL ([ví dụ](#)) với lượng [thông tin trích dẫn](#) chính xác và đáng tin cậy thường có thể được xếp hạng ở mức **Cao**. Xếp hạng PQ ở phạm vi **Trung bình** thường phù hợp với các trang có MC và tài liệu tham khảo bên ngoài ít mở rộng, chi tiết hơn. Đương nhiên, các bài viết trên Wikipedia có rất ít MC sẽ có xếp hạng PQ thấp hơn. Sự thiếu chính xác về mặt thực tế là lý do đủ để xếp hạng **Thấp** hoặc **Thấp nhất**.

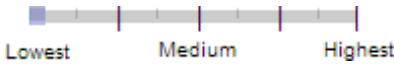
9.2 Xếp hạng cho các trang có thông báo lỗi hoặc không có MC

Trong nhiệm vụ xếp hạng PQ, bạn có thể gặp các trang có thông báo lỗi hoặc các loại trang “hỏng/broken”. Vui lòng suy nghĩ xem trang có cung cấp trợ giúp cho người dùng hay không – chủ sở hữu website có nỗ lực đảm bảo rằng người dùng truy cập trang có trải nghiệm tốt và nhận được trợ giúp để tìm thấy những gì họ đang tìm kiếm không?

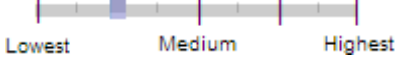
Các trang có thông báo lỗi rõ ràng (hoặc 404 tùy chỉnh) thường có chất lượng **Trung bình** vì chúng có xu hướng truyền đạt rõ ràng rằng có vấn đề và giúp người dùng điều hướng đến các trang khác/tốt hơn trên website. Xếp hạng **Cao** (hoặc thậm chí, đôi khi là **Cao nhất**) có thể được sử dụng cho trang thông báo lỗi hiếm gặp đòi hỏi nỗ lực cao và nội dung nguyên bản, đồng thời mang lại trải nghiệm thực sự hài lòng cho người dùng.

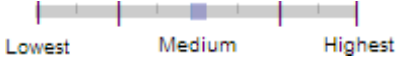
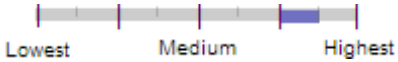
Các trang bị “hỏng” thường có Chất lượng **Thấp**, vì khía cạnh bị hỏng khiến chúng không thể đạt được mục đích ngay cả khi sự cố chỉ là tạm thời và có thể sẽ được chủ sở hữu website khắc phục sau này. Tuy nhiên, đôi khi các trang bị “hỏng” nên được xếp hạng **Thấp nhất** nếu sự cố không phải là tạm thời mà thay vào đó là do sự cố có hệ thống xảy ra với website. Để phân biệt giữa các trang có Chất lượng **Thấp** (tạm thời bị hỏng) và các trang có Chất lượng **Thấp nhất** (có bằng chứng về sự cố mang tính hệ thống), hãy kiểm tra các trang khác trên cùng một website. Nếu nhiều trang khác gặp vấn đề tương tự thì chủ sở hữu website đã thiếu nỗ lực một cách có hệ thống để bảo chữa cho xếp hạng Thấp nhất. Nếu không, hãy sử dụng xếp hạng **Thấp** để phản ánh vấn đề (hy vọng là tạm thời!) với MC trên trang.

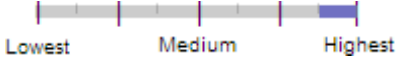
Dưới đây là một số ví dụ:

Trang web/Loại nội dung	Đặc điểm của trang	Đánh giá PQ và giải thích
Lowest: Deliberately created with no MC Xếp hạng Thấp nhất: Được cố	– Không có MC. – Nội dung được tạo ra mà không tốn nhiều công sức, tài năng, kỹ năng, tính độc	 Đây là ví dụ về một trang không có MC. Bạn có thể cho rằng MC bị “mất” do sự cố với trang cụ thể này, nhưng trên thực tế, website này có hàng trăm trang trông

tình tạo ra mà không có MC (vấn đề mang tính hệ thống)	đáo, tuyển chọn thủ công hoặc giá trị gia tăng cho người dùng.	giống nhau-không có MC, chỉ là Quảng cáo. Website này hiển thị Quảng cáo với rất ít hoặc không có nỗ lực giúp đỡ người dùng và phải được xếp hạng Chất lượng Thấp nhất .
--	--	---

Trang web/L loại nội dung	Đặc điểm của trang	Đánh giá PQ và giải thích
Low: Page didn't fully load and has no MC Xếp hạng Thấp: Trang chưa tải đầy đủ và không có MC (tạm thời bị hỏng)	– Không có MC (có thể do lỗi kỹ thuật tạm thời). – Danh tiếng website tích cực.	 Trang này không có MC và không có thông báo lỗi. Đây là một ví dụ riêng biệt về một trang không có MC hoặc thông báo lỗi trên website của một tờ báo có uy tín ở một thị trấn ở Michigan. Tất cả các liên kết điều hướng đều hoạt động và trang này sau đó đã được sửa. Trang này có thể được xem là thiếu nỗ lực (một lỗi không được phát hiện trước khi trang đi vào hoạt động).

Medium: Error page with custom 404 message Trung bình: Trang lỗi với thông báo 404 tùy chỉnh	– Không có gì sai, nhưng không có gì đặc biệt.	 Đây là ví dụ về trang “404 tùy chỉnh”, cảnh báo người dùng rằng URL họ đang cố truy cập không còn tồn tại. Một số website thực hiện rất tốt việc cảnh báo người dùng về một vấn đề nào đấy và cung cấp những lời khuyên hữu ích. Trang này nằm trên một website thương mại nổi tiếng, có danh tiếng tốt. Tuy nhiên, trang cụ thể này hiển thị nội dung cần thiết ở mức tối thiểu để giải thích vấn đề cho người dùng, và nội dung hữu ích duy nhất là liên kết đến trang chủ.
High: Error page with custom 404 message Cao: Trang lỗi với thông báo 404 tùy chỉnh	– MC thỏa mãn: đạt được mục đích của trang tốt. – Danh tiếng website tích cực.	 Đây là ví dụ về trang “404 tùy chỉnh”, cảnh báo người dùng rằng URL họ đang cố truy cập không còn tồn tại. Website này thực hiện rất tốt việc giải thích vấn đề và cung cấp các mẹo hữu ích, bao gồm cả hộp tìm kiếm.

Highest: Error page with custom 404 message Xếp hạng Cao nhất: Trang lỗi với thông báo 404 tùy chỉnh	– MC rất hài lòng: đạt được mục đích của trang rất tốt. – Danh tiếng website rất tích cực.	 Đây là ví dụ về trang “404 tùy chỉnh”. Các trang này được thiết kế để cảnh báo người dùng rằng URL họ đang cố truy cập không còn tồn tại. MC của trang này là phim hoạt hình, chú thích và chức năng tìm kiếm dành riêng cho nội dung của website. Rõ ràng là đã có sự nỗ lực và tài năng trong việc tạo ra MC. Ấn phẩm này có danh tiếng rất tích cực và đặc biệt được biết đến với thể loại phim hoạt hình, cho phép chúng ta đánh giá mức cao từ Cao+ đến Cao nhất. Đây là một trong những thông báo 404 tùy chỉnh thông minh, nguyên bản và thỏa mãn nhất có thể tìm thấy trên thế giới trực tuyến!
--	--	--

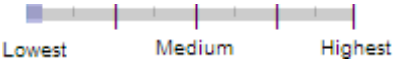
9.3 Xếp hạng cho diễn đàn và trang hỏi đáp

Xếp hạng cho diễn đàn và trang hỏi đáp có thể là một thách thức. Dưới đây là một số hướng dẫn về cách tiếp cận các trang dạng này:

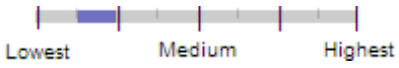
- Nội dung chính bao gồm câu hỏi, câu trả lời/phản hồi và kết quả thảo luận.
- Đánh giá theo quan điểm của người dùng truy cập trang chứ không phải là người tham gia thảo luận.

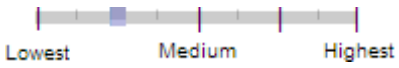
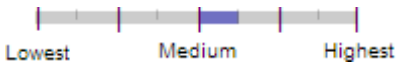
- **Người dùng đăng câu trả lời/phản hồi hoặc nhận xét thường chỉ được xác định bằng tên người dùng hoặc bí danh.** Một trang có thể có chất lượng **Cao** hoặc **Cao nhất** chỉ với tên người dùng hoặc bí danh tùy thuộc vào các tiêu chí khác.
- **E-E-A-T của một cuộc thảo luận giữa những người dùng thường có thể được đánh giá qua chính các bài đăng hoặc nhận xét.**
 - Đối với một số chủ đề, Kinh nghiệm là khía cạnh quan trọng nhất của Niềm tin. Đối với các chủ đề khác, việc đánh giá Chuyên môn thông qua các bài đăng có thể rất quan trọng. Trong một số trường hợp, bản thân người đăng sẽ nêu bật Kinh nghiệm hoặc Chuyên môn của chính họ hoặc những người khác sẽ nhận xét về điều đó.
 - Các trang về chủ đề YMYL yêu cầu chú ý nhiều hơn đến Niềm tin và cẩn thận hơn trong việc đánh giá E-E-A-T.
- **Các trang diễn đàn/Hỏi đáp có chất lượng cao và cao nhất** có các cuộc trò chuyện thỏa mãn có sự tham gia của nhiều người, một số người trong số họ đã nỗ lực rất nhiều cho bài đăng của mình và có nhiều Kinh nghiệm và/hoặc Chuyên môn về chủ đề này. Những cuộc trò chuyện như vậy có thể rất thỏa mãn vì chiều sâu của cuộc thảo luận, những hiểu biết sâu sắc độc đáo hoặc sự chia sẻ kinh nghiệm mà nhiều người sẽ không có được trong cộng đồng thế giới thực của họ.
- **Các trang diễn đàn/Hỏi đáp chất lượng thấp** thường thiếu nỗ lực (ít phản hồi, thảo luận chỉ ở cấp độ bề mặt thay vì chuyên sâu), thiếu Kinh nghiệm hoặc Chuyên môn, có những thông tin không chính xác ở mức độ nhẹ hoặc thể hiện sự thiếu tôn trọng hoặc thiếu lịch sự đáng kể giữa những người tham gia mà điều đó có thể ngăn cản những người khác tham gia thảo luận.
- **Các trang diễn đàn/Hỏi đáp có chất lượng thấp nhất** có thể chứa thông tin hoặc lời khuyên gây hiểu lầm có hại, mâu thuẫn với sự đồng thuận lâu dài của các chuyên gia, khuyến khích gây hại cho bản thân hoặc các cá nhân/người tham gia khác, v.v.

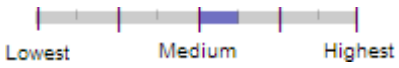
Dưới đây là một số ví dụ:

Trang web/L loại nội dung	Đặc điểm của trang	Đánh giá PQ và giải thích
Lowest: Q&A page about chest pains and smoking Xếp hạng Thấp nhất: Trang hỏi đáp về đau ngực và hút thuốc	– Thông tin gây hiểu lầm có hại: Chứa lời khuyên y tế không chính xác và có khả năng gây nguy hiểm về chủ đề YMYL.	 Lowest Medium Highest Thông tin về đau ngực và hút thuốc có thể tác động đáng kể đến quyết định tìm cách điều trị y tế của mọi người. Trang này thuộc chủ đề YMYL. Trang này phải được đánh giá từ quan điểm của người dùng truy cập trang này từ công cụ tìm kiếm chứ không phải từ quan điểm của người tham gia {{diễn đàn}}. Câu hỏi được diễn đạt kém và khó hiểu. Không có nhiều phản hồi. Một câu trả lời cảnh báo chính xác về sự nguy hiểm của việc hút thuốc lá nhưng lại gợi ý nên hút cần sa. Một phản hồi khác cho rằng việc tiếp tục hút thuốc là tốt và aspirin có thể được sử dụng để giảm đau. Câu trả lời cuối cùng thiếu sự tôn trọng: nó hỏi người hỏi câu hỏi ban đầu có ngu ngốc không.

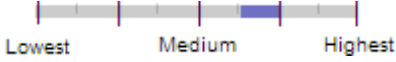
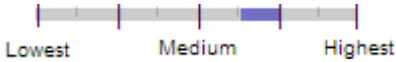
		Các câu trả lời có lời khuyên y tế không chính xác và tiềm ẩn nguy hiểm nên MC cần được xếp hạng chất lượng thấp nhất.
--	--	--

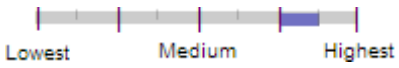
Trang web/Loại nội dung	Đặc điểm của trang	Đánh giá PQ và giải thích
Low: Q&A page about a 2002 Volvo part Xếp hạng Thấp: Trang hỏi đáp về phụ tùng Volvo 2002	– MC không đạt mục đích của trang: không đạt được mục đích tốt. – Thiết kế trang gây hiểu lầm.	 Vui lòng đọc MC (các khu vực có hộp màu đỏ xung quanh), bao gồm cả “câu trả lời” hoàn toàn vô ích. Câu trả lời này rất vô ích, chúng ta có thể coi câu hỏi này là chưa được trả lời. Trang này có số lượng MC không như ý. Ngoài phần “câu trả lời”, thiết kế trang rất vô ích khiến việc phân biệt MC với Quảng cáo trở nên khó khăn. Ví dụ: bên dưới câu trả lời, chúng tôi thấy “câu trả lời được tài trợ” có định dạng giống như câu trả lời thực nhưng thực chất lại là Quảng cáo chứ không phải câu trả lời

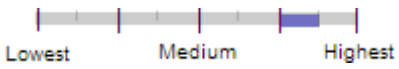
		cho câu hỏi-đây là một thiết kế trang gây hiểu lầm.
Low: Q&A page about a game console Xếp hạng Thấp: Trang hỏi đáp về máy chơi game	– MC không đạt mục đích của trang: không đạt được mục đích tốt.	 Một số website dựa vào người dùng để tạo hầu như tất cả MC của họ. Trong trường hợp này, MC là câu hỏi của người dùng. Nếu không có câu trả lời thì nghĩa là thiếu nỗ lực (vì không có ai tham gia hoặc thu hút bằng cách trả lời câu hỏi của người dùng!). Trang này không đạt được mục đích của nó tốt.
Medium: Forum page on an online auction website Trung bình: Trang diễn đàn trên website đấu giá trực tuyến	Hỗn hợp, nhưng có một số phẩm chất đáng giá: – E-E-A-T cao cho mục đích của trang. – MC không đạt mục đích của trang: không đạt	 Mức độ thiếu nỗ lực/tham gia vào cuộc thảo luận và chiều sâu của MC được cân bằng bởi E-E-A-T cao của diễn đàn này. Diễn đàn này được dành riêng cho loại câu hỏi này và do đó có trình độ chuyên môn cao.

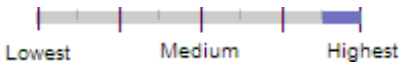
	được mục đích tốt.	
Medium: Forum page on how to wash ballet shoes Xếp hạng Trung bình: Trang diễn đàn về cách giặt giày múa ba lê	Hỗn hợp, nhưng có một số phẩm chất đáng giá: – MC phù hợp: đạt được mục đích của trang. – Quảng cáo hoặc SC làm mất tập trung hoặc làm gián đoạn đáng kể việc sử dụng MC. – E-E-A-T cao cho mục đích của trang.	 Diễn đàn này nói về các chủ đề khiêu vũ và nhiều trang có chuyên môn từ cộng đồng các vũ công ba lê. Trên trang cụ thể này, những người tham gia có trải nghiệm trực tiếp về việc giặt giày ba lê và đưa ra đề xuất dựa trên kinh nghiệm của chính họ. Trang này là “mixed / trộn” vì có một số nội dung gây mất tập trung khiến khó đọc MC. Tuy nhiên, đây không phải là một cuộc thi sắc đẹp! Mặc dù trang có thể lộn xộn nhưng vẫn có một số E-E-A-T có giá trị và MC hữu ích, giúp xếp hạng Trung bình là lựa chọn phù hợp cho trang này.

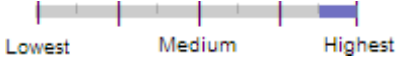
Trang web/Loại nội dung	Đặc điểm của trang	Đánh giá PQ và giải thích

High: Forum post on the magic loop technique in knitting Cao: Bài đăng trên diễn đàn về kỹ thuật vòng lặp kỳ diệu trong kỹ thuật đan	– MC đáp ứng được mục đích của trang: thể hiện nỗ lực, sự độc đáo, tài năng hoặc kỹ năng. – E-E-A-T cao cho mục đích của trang.	 Người đăng tin nhấn đầu tiên trên trang diễn đàn này cung cấp tài nguyên hữu ích về cách thành thạo kỹ thuật vòng lặp kỳ diệu (magic loop) trong kỹ thuật đan (nỗ lực, kỹ năng). Cô cũng chia sẻ hình ảnh của chính mình sử dụng một chiếc quần jean xanh cũ (nội dung gốc). Với hơn 20 năm kinh nghiệm đan tăt, chúng ta có thể coi cô ấy là một chuyên gia về chủ đề này.
High: Q&A page about whether a Roomba will work Xếp hạng Cao: Trang hỏi đáp về việc Roomba {{một loại robot hút bụi tự	– MC thỏa mãn: đạt được mục đích của trang tốt. – E-E-A-T cao cho mục đích của trang.	 Nhiều người tham gia chia sẻ trải nghiệm cá nhân của họ với các sản phẩm này, đưa ra các chi tiết như mức độ hiệu quả của một số model nhất định với lông thú cưng (nỗ lực, trải nghiệm trực tiếp, nội dung gốc). Có rất nhiều mô tả về trải nghiệm của chính người tham gia với sản phẩm này và mức độ hiệu quả của nó đối với họ,

động}} có hiệu quả hay không?		hiển MC hài lòng với mục đích của trang.
High: Forum page on authenticating a purse Xếp hạng Cao: Trang diễn đàn về xác thực ví	– MC thỏa mãn: đạt được mục đích của trang tốt. – Danh tiếng website tích cực cho chủ đề của trang. – E-E-A-T cao cho mục đích của trang.	 Diễn đàn này là nơi thảo luận về những chiếc ví có thiết kế sang trọng (danh tiếng tích cực của website, kinh nghiệm, kiến thức chuyên môn, thẩm quyền). Trên trang diễn đàn cụ thể này, các thành viên đang hỏi tư vấn từ các chuyên gia trên diễn đàn có chuyên môn xác thực túi từ thương hiệu này. Những chuyên gia này có thể biết một chiếc túi cụ thể là thật hay giả. Chất lượng MC cao nhờ vào mức độ nỗ lực, kỹ năng và sự gắn kết của những người tham gia diễn đàn. Mặc dù có một quảng cáo ở trên cùng và một vài quảng cáo trong thông báo của diễn đàn nhưng nó không làm MC bị mất tập trung.

High: Forum page on landscaping an aquarium Xếp hạng Cao: Trang diễn đàn về chơi bể cá	– MC thỏa mãn: đạt được mục đích của trang tốt. – E-E-A-T cao cho mục đích của trang.	 Thảo luận này tập trung vào thiết kế bể cá (một bể cá có các yếu tố trên cạn và dưới nước). Có rất nhiều thảo luận và tương tác giữa các thành viên diễn đàn về các loại vật liệu và loài được sử dụng trong bể cá (nỗ lực, nội dung nguyên bản hoặc độc đáo). Các bài đăng thể hiện kiến thức chuyên môn về một chủ đề thích hợp về chơi bể cá (kinh nghiệm, chuyên môn).
--	--	--

Trang web/L loại nội dung	Đặc điểm của trang	Đánh giá PQ và giải thích
Highest: Q&A page about how long most cancer patients live Xếp hạng Cao nhất: Trang hỏi đáp về tuổi thọ của hầu hết	– MC rất hài lòng: đạt được mục đích của trang rất tốt. – Danh tiếng website tích cực cho chủ đề của trang.	 Một người có thể sống chung với căn bệnh này bao lâu có thể ảnh hưởng đáng kể đến các quyết định trong cuộc sống. Đây là một chủ đề YMYL. Đây là trang hỏi đáp về một vấn đề y tế được giải đáp rất tốt bởi những người

bệnh nhân ung thư	– E-E-A-T rất cao cho mục đích của trang.	không phải là chuyên gia nhưng có kinh nghiệm sống liên quan. Có nhiều câu trả lời mô tả thời gian sống của một người thân yêu sau khi được chẩn đoán. Trọng tâm của trang này là kinh nghiệm chứ không phải lời khuyên y tế. Nhiều câu trả lời dựa trên kinh nghiệm cá nhân và hữu ích cho chủ đề này.
Highest: Q&A page on abbreviations Xếp hạng Cao nhất: Trang hỏi đáp về từ viết tắt	– MC thỏa mãn: đạt được mục đích của trang tốt. – Danh tiếng website rất tích cực cho chủ đề của trang. – E-E-A-T rất cao cho mục đích của trang.	 Mục đích của trang này là trả lời các câu hỏi về cách sử dụng chữ viết tắt và nó chứa thông tin hữu ích về các vấn đề viết tắt phổ biến. Website này có danh tiếng rất tốt như một tài liệu tham khảo về viết lách, xuất bản, v.v. Nó được coi là có thẩm quyền cao và đáng tin cậy đối với chủ đề của trang.

10.0 Nhiệm vụ đánh giá chất lượng trang

Lúc đầu, việc đánh giá PQ có vẻ khó khăn. Có một số khía cạnh của trang và website cần phải xem xét và suy nghĩ.

Quan trọng: Đừng đấu tranh {{mặt mỗi}} với từng xếp hạng PQ. Vui lòng đưa ra đánh giá tốt nhất của bạn và tiếp tục {{với các xếp hạng khác}}. Nếu bạn gặp khó khăn khi quyết định giữa hai xếp hạng, hãy sử dụng xếp hạng thấp hơn. Nếu bạn bị giằng xé giữa ba xếp hạng, hãy chọn xếp hạng ở giữa.

Không xem xét quốc gia hoặc vị trí của trang hoặc website để {{làm tiêu chí}} xếp hạng PQ. Ví dụ: người xếp hạng tiếng Anh (Mỹ) nên sử dụng cùng tiêu chuẩn PQ khi xếp hạng các trang từ các website tiếng Anh khác (website của Vương quốc Anh, website của Canada, v.v.) như họ sử dụng khi xếp hạng các trang từ website của Hoa Kỳ. Nói cách khác, người xếp hạng tiếng Anh (Mỹ) không nên hạ xếp hạng PQ vì vị trí trang (Anh, Canada) không khớp với vị trí nhiệm vụ.

Những nguyên tắc này dành riêng cho các trang web “thông thường”. Đôi khi, bạn có thể được yêu cầu xếp hạng một trang đích không phải là trang web. Ví dụ: bạn có thể được yêu cầu xếp hạng tệp PDF, tệp hình ảnh PNG hoặc JPEG, v.v. Khi trang đích của URL không phải là trang web, một số tiêu chí trong các nguyên tắc này có thể không áp dụng. Trong trường hợp này, hãy sử dụng phán đoán của bạn.

Cuối cùng, Nguyên tắc Xếp hạng Chất lượng Trang (Page Quality Rating Guideline) này không đề cập đầy đủ mọi khía cạnh của chất lượng trang. Nếu bạn tìm thấy các trang mà bạn thực sự tin là có chất lượng Cao hoặc Thấp, vui lòng đánh giá chúng như vậy, ngay cả khi lý do dựa trên điều gì đó không được đề cập trong các nguyên tắc này. Hãy sử dụng phần bình luận để giải thích lý do của bạn. Như mọi khi, hãy sử dụng phán đoán của bạn.

10.1 Hướng dẫn thực hiện nhiệm vụ đánh giá chất lượng trang

Trang tác vụ Chất lượng Trang (Page Quality task page) được chia thành nhiều phần:

1. Một số câu hỏi ban đầu về trang đích nhiệm vụ.
2. Một lưới PQ (PQ grid) để ghi lại những quan sát của bạn về đặc điểm PQ của trang đích.
3. Thanh trượt xếp hạng PQ tổng thể (Overall PQ rating slider) ghi lại xếp hạng PQ tổng thể của bạn.
4. Một hộp bình luận để giải thích đánh giá của bạn.

Một số kết quả cho những câu hỏi ban đầu sẽ kết thúc nhiệm vụ sớm. Nếu trang là Khiêu dâm (Porn), Ngoại ngữ (Foreign Language), Không thể tải (Did Not Load) hoặc bao gồm MC bị hạn chế hoặc không thể truy cập (ví dụ: cần phải đăng ký để xem MC), bạn sẽ không điền vào lưới PQ hoặc có ấn định xếp hạng tổng thể nào cả.

- Không nên sử dụng **Ngoại ngữ** khi ngôn ngữ trên trang đích là ngôn ngữ tác vụ, ngôn ngữ thường được sử dụng bởi một tỷ lệ đáng kể dân số ở vị trí tác vụ hoặc tiếng Anh.
- **Trang Không thể tải** nên được sử dụng cho các trang hoàn toàn không có nội dung trên trang được tạo bởi website. Không có MC, SC hoặc Quảng cáo trên trang. Xem [phần này](#) để biết mô tả về các loại thông báo lỗi khác nhau.

Lưới PQ được thiết kế để làm “sổ ghi chú” của bạn. Nó cho phép bạn ghi lại những quan sát của mình về trang đích và website chứa nó.

11.0 Câu hỏi thường gặp về xếp hạng chất lượng trang

Câu hỏi	Trả lời
Tại sao chúng ta phải thực hiện tất cả các bước này? Việc này mất nhiều thời gian!	Qua thực hành, lượng thời gian cần thiết để xếp hạng PQ chính xác sẽ giảm đi. Các bước này rất quan trọng và được thiết kế để giúp bạn đánh giá nhiều khía cạnh khác nhau của PQ. Bạn có thể ngạc nhiên bởi những gì bạn tìm thấy. Các trang ban đầu trông có chất lượng Thấp có thể trở thành Chất lượng Trung bình hoặc Cao nếu được kiểm tra cẩn thận. Điều ngược lại cũng có thể xảy ra. Chúng tôi muốn có ý kiến sáng suốt và chu đáo nhất của bạn.
Có phải chúng tôi chỉ việc đưa ra xếp hạng chất lượng Cao cho các trang trông “tốt, đẹp” không?	KHÔNG! Mục tiêu là làm điều ngược lại. Các bước này được thiết kế để giúp bạn phân tích trang mà không sử dụng cách tiếp cận “trông nó có đẹp không?” một cách hời hợt.

Việc chia sẻ kinh nghiệm hoặc ý kiến cá nhân có phải là mục đích hữu ích không? Nếu ý kiến cá nhân gây khó chịu hoặc xúc phạm thì sao?	Chia sẻ kinh nghiệm hoặc quan điểm cá nhân có thể là một mục đích có lợi vì nó cho phép mọi người đánh giá cao những quan điểm khác nhau. Nội dung trên Internet có thể giúp mọi người hiểu lý do tại sao người khác nghĩ và cảm nhận theo cách họ làm. Việc xem xét ý kiến và quan điểm của người khác có thể rất có giá trị, ngay cả khi chúng gây khó chịu, ác cảm hoặc xúc phạm cá nhân bạn. Áp dụng các tiêu chuẩn của những hướng dẫn này thay vì ý kiến hoặc quan điểm cá nhân của bạn. Tuy nhiên, đôi khi các ý kiến và quan điểm có thể lan truyền thông tin sai lệch hoặc có khả năng gây hại. Do đó, hãy áp dụng các tiêu chuẩn trong nguyên tắc này cho tất cả các loại trang và nội dung. Hãy nhớ: Đánh giá về tác hại của bạn về nội dung diễn ra trước và nó quan trọng hơn những cân nhắc khác như kinh nghiệm sống hoặc kiến thức chuyên môn của người sáng tạo nội dung.
--	---

Kinh nghiệm sống có thể lý giải cho xếp hạng Chất lượng cao nhất cho một trang về chủ đề YMYL không?	Thông tin thực tế và lời khuyên về chủ đề YMYL nên đến từ các chuyên gia. Chia sẻ kinh nghiệm sống về các chủ đề YMYL có thể có chất lượng Cao nhất, nhưng nó phải đáng tin cậy, an toàn, nhất quán với sự đồng thuận vững chắc của chuyên gia và nói về các chủ đề mà kinh nghiệm sống có giá trị. {{Ý là không phải kinh nghiệm sống nào cũng có giá trị trong chủ đề YMYL}} Ví dụ: thông tin về thời gian và địa điểm bỏ phiếu là chủ đề YMYL. Có thể có một trang có Chất lượng Cao nhất chia sẻ kinh nghiệm sống về việc bỏ phiếu, chẳng hạn như một bài đăng cá nhân đầy cảm hứng về việc trở thành công dân và bỏ phiếu lần đầu tiên. Tuy nhiên, nếu một trang về trải nghiệm bỏ phiếu của ai đó cung cấp thông tin không chính xác về thời gian và địa điểm bỏ phiếu một cách cố ý hoặc do bất cẩn thì trang đó sẽ bị xếp hạng Thấp nhất vì nó có thể khiến người khác bỏ lỡ cơ hội bỏ phiếu.
--	--

Bạn đã nói về chuyên môn khi đánh giá MC. Chuyên môn có quan trọng đối với tất cả các chủ đề không? Chẳng phải là có một số chủ đề hiện không có chuyên gia hay sao?	Hãy nhớ rằng chúng ta không chỉ nói về chuyên môn chính thức. Kiến thức chuyên môn không chính thức (Informal expertise) cũng quan trọng không kém và đối với một số chủ đề, loại E-E-A-T này có thể phổ biến hơn. Đối với hầu hết các mục đích và chủ đề của trang, bạn có thể tìm thấy các chuyên gia ngay cả khi lĩnh vực đó là lĩnh vực ngách (niche) hoặc không chính thống (non-mainstream). Ví dụ, có những website chuyên môn về thuốc thay thế (alternative medicine) được tạo ra bởi các bác sĩ châm cứu, trị liệu bằng thảo dược hàng đầu, v.v. Ngoài ra còn có những trang về thuốc thay thế được viết bởi những người không có chuyên môn hoặc kinh nghiệm. E-E-A-T nên phân biệt giữa hai tình huống này. Lời nhắc: Nếu trang gây hại cho mọi người hoặc cho xã hội, không đáng tin cậy hoặc spam như được định nghĩa trong các nguyên tắc này thì chuyên môn và kinh nghiệm không thành vấn đề. Nó nên được đánh giá Thấp nhất.
--	---

Câu hỏi	Trả lời
Khi tôi nghĩ về E-E-A-T, có vẻ như chuyên môn và kinh nghiệm chồng chéo lên nhau rất nhiều. Có gì khác biệt giữa chúng không?	Đây là cách để suy nghĩ về điều này: – Kiến thức chuyên môn thường liên quan đến kiến thức hoặc kỹ năng khách quan, có thể kiểm tra được, ví dụ: bạn có thể tính toán trọng lượng chịu tải của một cây cầu không? – Trải nghiệm có thể chủ quan hơn và thường được chia sẻ thông qua lời kể của cá nhân, chẳng hạn: cảm giác yêu một người khác là như thế nào? Đối với đánh giá PQ, việc phân biệt giữa chuyên môn và kinh nghiệm là không quan trọng. Thay vào đó, hãy tập trung vào loại nội dung nào đáng tin cậy và đáp ứng được mục đích của trang. Bạn có thể thấy rằng cả kiến thức chuyên môn và kinh nghiệm đều có thể đáng tin cậy và thỏa mãn cho cùng một chủ đề. Ví dụ: một trang web y tế có thể là nguồn đáng tin cậy về các lựa chọn điều trị, còn kinh nghiệm của những người khác, những người đã trải qua điều trị có thể hỗ trợ về mặt tinh thần và giúp bạn chuẩn bị cho những gì có thể xảy ra.

Không phải là một số loại trang luôn có chất lượng thấp, chẳng hạn như tin đồn về người nổi tiếng hay sao?	Đối với hầu hết mọi loại trang hoặc chủ đề thông tin, chất lượng nội dung sẽ khác nhau. Ví dụ: có cả trang tin đồn về người nổi tiếng chất lượng Cao và Thấp. Mục đích của những trang này là chia sẻ những thông tin thú vị, chính xác về những người nổi tiếng. Có thể có những lợi ích trong những câu chuyện về người nổi tiếng có thể truyền cảm hứng cho người khác hoặc giúp mọi người vượt qua những thử thách tương tự. Trang tin đồn về người nổi tiếng có Chất lượng cao nếu trang đó có thông tin chính xác và thú vị, không có đặc điểm chất lượng Thấp hoặc Thấp nhất và đến từ một nguồn đáng tin cậy hợp lý.
Tôi chưa bao giờ thấy trang Chất lượng cao thuộc loại X nào đấy. Nếu không có trang chất lượng cao thuộc loại này, tại sao chúng tôi lại xếp hạng các trang hiện tại là Chất lượng thấp?	Đối với một số chủ đề hoặc loại trang, hiện tại có thể không có nhiều (hoặc bất kỳ!) Trang chất lượng cao nào cả, nhưng có thể có trong tương lai. Chúng tôi cần một bộ tiêu chuẩn thống nhất áp dụng cho tất cả các trang, ngay cả đối với những trang chưa được tạo.
Một số tiêu chí này có vẻ không công bằng. Ví dụ: một số	Các trang nghệ thuật có một mục đích: thể hiện nghệ thuật. Các trang được tạo ra để thể hiện nghệ thuật không đáng bị xếp hạng chất lượng Thấp chỉ vì chúng

trang nghệ thuật không có mục đích. Những trang này có chất lượng thấp không?	không có mục đích nào khác. Biểu hiện nghệ thuật, hài hước, giải trí, chia sẻ ảnh và video, v.v. đều là những mục đích hợp lệ và có lợi của trang.
Quảng cáo chuyển tiếp ảnh hưởng đến xếp hạng của tôi như thế nào?	Đôi khi lúc nhấp vào URL tác vụ {{URL cần xếp hạng}}, nó sẽ hiển thị trang chuyển tiếp (interstitial page). Bạn có thể bỏ qua trang này trong tiêu chí đánh giá của mình nếu bạn có thể dễ dàng tiếp cận MC. Tuy nhiên, nếu trang chuyển tiếp {{thường là quảng cáo, hoặc các hình thức kiếm tiền khác}} khiến việc tiếp cận MC và đánh giá trang đạt được mục đích tốt đến mức nào cực kỳ khó khăn (hoặc không thể) thì điều đó sẽ ảnh hưởng đến xếp hạng PQ của bạn.

– Hết phần 1 –