

MASARYKOVA UNIVERZITA
FAKULTA INFORMATIKY



HubPages

PV070 DIGITÁLNÍ KNIHOVNY

Jiří Cásek

1. ročník, UČO 395899

30. listopadu 2014

1. Úvod

V současnosti je velká část Internetu tvořena obsahem generovaným uživateli. Za tento obsah jsou považovány například blogy, diskusní fóra, příspěvky na sociálních sítích a dále také obrazové soubory či video soubory vytvořené samotnými uživateli Internetu. Za účelem sdílení obsahu generovaného uživateli vznikla i webová stránka HubPages. Ta dává uživatelům možnost psát a publikovat články, které jsou označovány jako *huby*, čímž mohou získat finanční odměnu. Svě huby autoři publikují na svých pod-doménách, které jsou jim přiřazeny při vytvoření uživatelského účtu. Skrze hlavní doménu je poté možné přistupovat ke všem článkům, které byly na pod-doménách uživatelů publikovány.¹

HubPages si tedy můžeme představit jako zastřešení komunity bloggerů, kteří nezávisle na sobě publikují články na svých pod-doménách. Členové této komunity navíc mohou číst, hodnotit a komentovat články ostatních autorů a stejně tak i mezi sebou komunikovat.²

2. Vývoj HubPages

Stránku HubPages založili roku 2006 tři bývalí zaměstnanci společnosti Microsoft – Paul Edmondson, Paul Deeds a Jay Reitz, a k jejímu spuštění došlo 6. srpna stejného roku. Od jejího založení se stránka postupně rozrůstala až do 24. února 2011, kdy internetový vyhledávač Google vydal vylepšení Panda, které zabránilo stránkám s nižší kvalitou informací, aby byly zobrazeny ve výsledcích vyhledávání na vyšších pozicích. Po tomto vylepšení zaznamenali HubPages masivní pokles návštěvnosti a příjmů. Díky změně způsobu svého fungování se však tato webová stránka začala opět rozrůstat a 15. října 2014 bylo ohlášeno, že na HubPages bude převeden obsah konkurenční stránky Squidoo, která tím zanikne.^{3 4 5}

¹ User-generated content. *Wikipedia* [online]. [cit. 25. 11. 2014]. Dostupné z: http://en.wikipedia.org/wiki/User-generated_content

² ADAM. Hubpages Review, a revenue sharing site. *Notta Lotta* [online]. Publikováno 3. 11. 2014. [cit. 25. 11. 2014]. Dostupné z: <http://nottalotta.com/hubpages-review-revenue-sharing-site/>

³ Google: Panda Update. *Search Engine Land* [online]. [cit. 28. 11. 2014]. Dostupné z: <http://searchengineland.com/library/google/google-panda-update/>

⁴ McGee, Matt. Google Panda Two Years Later: 5 Questions With HubPages CEO Paul Edmondson. *Search Engine Land* [online]. [cit. 28. 11. 2014]. Dostupné z: <http://searchengineland.com/google-panda-two-years-later-5-questions-with-hubpages-ceo-paul-edmondson-149767>

⁵ EDMONDSON, Paul. Squidoo and HubPages. *HubPages Blog* [online]. Publikováno 15. 8. 2014. [cit. 28. 11. 2014]. Dostupné z: <http://blog.hubpages.com/2014/08/15/squidoo-and-hubpages/>

Podle informací společnosti Quantcast se HubPages zařadila mezi 50 nejnavštěvovanějších stránek Spojených států na Internetu. Quantcast dále v listopadu 2013 uveřejnila měsíční zprávu, podle které navštívilo HubPages 16,1 milionů unikátních návštěvníků ve Spojených státech a 30,9 milionů unikátních návštěvníků celosvětově. Podle dalších informací ke stránce přistupovalo více uživatelů přes počítač než přes mobilní zařízení. V prosinci roku 2013 obsahovala stránka podle jejích informací 910 106 hubů, 73 969 publikujících uživatelů a 2 498 967 příspěvků ve fóru.⁶

V současné době, k 15. listopadu 2014, podle stránky Quantcast navštívilo HubPages 18 478 748 unikátních uživatelů ze Spojených států a 31 697 600 unikátních uživatelů celosvětově a v tabulce návštěvnosti ve Spojených státech se HubPages umístila na 73. místě. Ve Spojených státech poté převažuje počet návštěv z mobilního zařízení - v poměru 53 % k 47 %. Naproti tomu podle celosvětové statistiky přistupuje k HubPages více lidí přes počítač - v poměru 51 % k 49 %. Dále mezi uživateli ze Spojených států převažují ženy a podle věkové kategorie lidé ve věku 18 – 24 a 25 – 34 let. Mezi nejoblíbenější témata patří – krása a zdraví, volný čas a koníčky, domov a zahrada, věda, jídlo a pití.^{7 8 9}

3. Cíle HubPages

„Discover a wealth of genuine, unique information. Create original, in-depth, useful, media-rich Hubs. Connect with a passionate community of writers and enthusiasts.“¹⁰ Tímto textem nás HubPages vítají na své úvodní stránce. Jde o tři cíle tohoto projektu, které tedy jsou objevování nových informací, vytváření užitečných článků a propojení komunity jejich autorů.

První cíl projektu spočívá v objevování originálních informací, které se na stránce HubPages vyskytují. Informace se zde vyskytují ve formě článků, které jsou dostupné skrze webové stránky projektu. Huby publikované na HubPages jsou také zobrazovány jako výsledky internetových vyhledávačů, lze se k informacím tedy dostat i touto cestou. Tímto způsobem jsou informace dostupné i uživatelům, kteří na webových stránkách HubPages nemají svůj uživatelský účet.

Druhým cílem tohoto projektu je umožnit uživatelům psát a publikovat články neboli huby. Ty může psát každý uživatel, nezáleží na tom, zda autor patří mezi odborníky či nikoliv. Autoři na HubPages publikují články mnoha různých témat, můžeme zde najít například recenze filmů či knih, recepty nebo články zabývající se technologiemi, zdravím, politikou nebo cestováním a mnoho dalších. Psaní hubů je velmi jednoduché, navíc za naše články publikované na HubPages můžeme získat finanční odměnu.

⁶ HubPages. *Wikipedia* [online]. [cit. 7. 11. 2014]. Dostupné z: <http://en.wikipedia.org/wiki/HubPages>

⁷ Hubpages.com (United States). *Quantcast* [online]. [cit. 15. 11. 2014]. Dostupné z: <https://www.quantcast.com/hubpages.com>

⁸ Hubpages.com (Global). *Quantcast* [online]. [cit. 15. 11. 2014]. Dostupné z: <https://www.quantcast.com/hubpages.com?country=GLOBAL>

⁹ Top Sites (United States). *Quantcast* [online]. [cit. 15. 11. 2014]. Dostupné z: <https://www.quantcast.com/top-sites/US/>

¹⁰ Text uvedený na úvodní stránce HubPages. Dostupné z: www.hubpages.com

Třetím cílem projektu je propojit komunitu autorů. Ti si například mohou vzájemně hodnotit a komentovat publikované články. V případě kdy autor hledá odpověď na nějakou otázku, může ji položit ostatním uživatelům v sekci otázky a odpovědi, kteří mu s hledáním mohou pomoci. Nakonec spolu mohou uživatelé diskutovat různorodá témata pomocí uživatelského fóra.

4. Používání HubPages

4.1. Objevování informací

Jak již bylo zmíněno výše, jedním z cílů HubPages je umožnit uživatelům Internetu objevovat zde nové informace. Pokud hledáme konkrétní informaci, můžeme použít funkci vyhledávání. V případě, kdy konkrétní informaci nehledáme, můžeme procházet mezi všemi huby, které byly publikovány. Ty jsou rozděleny do 22 hlavních kategorií, které se dále dělí na podkategorie, jenž mohou být ještě dále členěny. Můžeme si tedy vybrat konkrétní téma, více či méně podrobné, a v něm si vyhledat článek, který nás zajímá.

Poté co si vybereme konkrétní hub, můžeme si jej samozřejmě přečíst. Pokud hub obsahuje obrázky či videa, můžeme s nimi interagovat, máme například možnost procházet galerii obrázků obsažených v článku nebo si přímo přehrát video, které je v článku obsaženo. Některé huby také obsahují anketu, ve které samozřejmě můžeme hlasovat. Článek můžeme sdílet na ostatních sociálních sítích. Můžeme jej též hodnotit palcem nahoru nebo palcem dolů a dále jej můžeme označit jako užitečný, zábavný, úžasný, krásný, či zajímavý. Dále jsou nám nabídnuty tematicky podobné huby. Poslední součástí stránky článku je sekce s komentáři. Zde si můžeme přečíst komentáře ostatních čtenářů a přidat náš vlastní komentář.

Každý hub má uvedeného svého autora, jehož profil můžeme navštívit. Zde můžeme vidět základní informace o autorovi a také všechny huby, které publikoval. Pokud si přejeme být upozorněni na aktivitu autora, můžeme jej sledovat a dostávat tak upozornění, kdykoliv autor publikuje nový článek.

4.2. Psaní a publikování hubů

Dalším cílem projektu HubPages je umožnit uživatelům psát a publikovat články na Internetu. Dříve než se dostaneme k samotnému psaní našeho hubu, jsme vyzváni k zadání několika informací. První informací je název článku, který může mít maximálně 120 znaků a nesmí se shodovat s názvem již existujícího hubu. Dále musíme zvolit kategorii, pod kterou bude náš článek zařazen. Zde máme několik možností jak ji vybrat. Můžeme si ji sami vybrat ze seznamu kategorií, nechat si ji automaticky vyhledat nebo si vybrat z kategorií, ve kterých jsme nejvíce publikovali. Poté nám už jen zbývá zvolit si strukturu hubu. Můžeme si zvolit mezi strukturou pro obyčejný článek, speciálně vytvořenou strukturou pro námi zvolenou kategorii, strukturou pro recept nebo strukturou pro video. Po zadání těchto údajů můžeme začít s vytvářením obsahu našeho hubu.

Obsah článku a jeho uspořádání si určujeme sami, pomocí modulů, které můžeme libovolně přidávat, odebírat a přesouvat. Každý modul nám dovoluje do článku vložit určitý typ obsahu, například fotografii, tabulku nebo třeba mapu. Tyto moduly jsou rozděleny do čtyř kategorií – základní, doplňkové, produkt a recept. Základní moduly nám umožňují do článku vložit text, obrázek, video a pole pro komentáře. Doplňkové moduly slouží například pro vložení mapy, tabulky nebo ankety či kvízu. Další skupina modulů slouží pro vložení odkazu na produkty na stránkách eBay nebo Amazon. Poslední kategorie nabízí moduly užitečné při psaní receptu, jako například modul pro ingredience či pro seznam nutričních hodnot.

Pokud se rozhodneme výsledný hub publikovat a jsme přihlášení k výplatnímu programu, který ke článku automaticky přidá reklamy, může nám náš hub vydělávat peníze. V 60% případů jsou k reklamám přidruženy informace o autorovi, tudíž v případě, že na reklamy čtenáři kliknou, se finanční odměna přičte jemu. Ve zbývajících 40% případů jsou k reklamám přidruženy údaje o HubPages, tudíž se finanční odměna po kliknutí na reklamu přičte jim.¹¹

4.3. Propojení s komunitou

Jak již bylo zmíněno, projekt HubPages je nejen místem, kde můžeme objevovat originální informace a publikovat vlastní články, ale také místem, kde můžeme komunikovat s komunitou autorů a dalších uživatelů. K tomu slouží sekce otázky a odpovědi, a fórum. V sekci otázky a odpovědi může každý uživatel položit otázku, na kterou může kdokoliv z komunity uživatelů odpovědět. Autoři tak mohou získat názory ostatních uživatelů na jimi položenou otázku. Stejně tak, jak tomu bylo u hubů, i otázky jsou děleny do konkrétních kategorií. Chceme-li tedy i my znát odpověď na nějakou otázku, můžeme nejprve prohledat danou kategorii, a pokud ji nenajdeme, můžeme otázku sami položit ostatním. Fórum poté slouží pro diskutování členů komunity. I zde jsou diskuse uživatelů děleny do kategorií a podkategorií. Můžeme si tak vyhledat konkrétní diskusi a přidat do ní svůj názor.

¹¹ ENGLAND, Angela. Can You Make Money Writing for Hubpages? *Angengland* [online]. [cit. 30. 11. 2014]. Dostupné z: <http://www.angengland.com/can-you-make-money-writing-for-hubpages/>

5. Závěr

Od svého založení se projekt HubPages stal velmi úspěšným, což potvrzuje jeho návštěvnost – kolem 31 milionů unikátních návštěv celosvětově – počet autorů, kteří zde publikují své články a počet hubů, které stránka obsahuje. Dalším důkazem úspěšnosti HubPages je i skutečnost, že se stránka dokázala vzpamatovat poté, co internetový vyhledávač Google vydal vylepšení Panda. Navíc v roce 2014 pohltila konkurenční stránku Squidoo. V rámci přínosu tohoto projektu je nutné říci, že HubPages jsou velmi užitečným zdrojem originálních informací stejně jako skvělým místem pro jejich publikování. Každý, kdo má chuť publikovat na Internetu a rád by z toho měl i nějaký přívýdělek, by měl tuto službu jistě vyzkoušet.

6. Použité zdroje

ADAM. Hubpages Review, a revenue sharing site. *Notta Lotta* [online]. Publikováno 3. 11. 2014. [cit. 25. 11. 2014]. Dostupné z: <http://nottalotta.com/hubpages-review-revenue-sharing-site/>

EDMONDSON, Paul. Squidoo and HubPages. *HubPages Blog* [online]. Publikováno 15. 8. 2014. [cit. 28. 11. 2014]. Dostupné z: <http://blog.hubpages.com/2014/08/15/squidoo-and-hubpages/>

ENGLAND, Angela. Can You Make Money Writing for Hubpages? *Angengland* [online]. [cit. 30. 11. 2014]. Dostupné z: <http://www.angengland.com/can-you-make-money-writing-for-hubpages/>

Google: Panda Update. *Search Engine Land* [online]. [cit. 28. 11. 2014]. Dostupné z: <http://searchengineland.com/library/google/google-panda-update/>

HubPages. *Wikipedia* [online]. [cit. 7. 11. 2014]. Dostupné z: <http://en.wikipedia.org/wiki/HubPages>

Hubpages.com (Global). *Quantcast* [online]. [cit. 15. 11. 2014]. Dostupné z: <https://www.quantcast.com/hubpages.com?country=GLOBAL>

Hubpages.com (United States). *Quantcast* [online]. [cit. 15. 11. 2014]. Dostupné z: <https://www.quantcast.com/hubpages.com>

McGee, Matt. Google Panda Two Years Later: 5 Questions With HubPages CEO Paul Edmondson. *Search Engine Land* [online]. [cit. 28. 11. 2014]. Dostupné z: <http://searchengineland.com/google-panda-two-years-later-5-questions-with-hubpages-ceo-paul-edmondson-149767>

Top Sites (United States). *Quantcast* [online]. [cit. 15. 11. 2014]. Dostupné z: <https://www.quantcast.com/top-sites/US/>

User-generated content. *Wikipedia* [online]. [cit. 25. 11. 2014]. Dostupné z: http://en.wikipedia.org/wiki/User-generated_content