

Google SideWiki jako nowe narzędzie potencjalnie zwiększające efektywność internetowej promocji działalności agroturystycznej w województwie podlaskim

Google SideWiki as a new tool potentially increasing the efficiency of Internet promotion of agritourist activity in podlaskie district

Krzysztof Stepaniuk

Politechnika Białostocka, Wydział Zarządzania, Katedra Turystyki i Rekreacji

Abstract

The article contains the analysis of *SideWiki* implementation of agritourist websites and national tourist portals in podlaskie district. 164 Internet websites of agritourism farms, nationwide tourist portals were examined. Only 2 from 164 analyzed websites revealed the *SideWiki* comments. Such negligible interest was analyzed and discussed.

Keywords: *Google Side Wiki, internet promotion, agritourist farms*

Wstęp

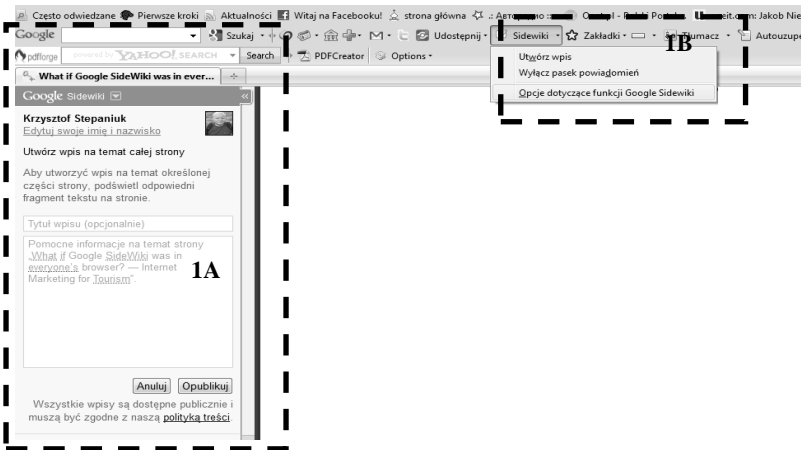
Internet jest współcześnie podstawowym medium komunikacji oraz platformą wyszukiwania i sprzedaży dóbr i usług powiązanych z turystyką¹. Wynika to z szeregu własności Internetu, m.in. łatwości obsługi, multimedialności, wzrastającej interaktywności oraz plastyczności umożliwiającej efektywną promocję obszarów destynacji turystycznej².

¹ Shah B. P., 2009. *Search Engine Visibility of National Tourism Promotion Websites: A Case of Nepal*. Proceedings of the 3rd International Conference on Theory and Practice of Electronic Governance. ACM International Conference Proceeding Series 322. New York, s. 287-292.

² Gretzel U., Yuan Y.L., Fezenmaier D.R., 2000. *Preparing for the new economy: advertising strategies and change in destination marketing organizations*. Journal of Travel Research 39, s. 146-156.

W odnajdywaniu niezbędnych informacji użytkownicy Internetu korzystają między innymi z pomocy wyszukiwarek, które w odpowiedzi na wprowadzoną frazę lub słowo kluczowe i w oparciu o własny algorytm wyszukiwania tworzą hierarchiczną listę łączy do stron internetowych odpowiadających treści zapytania^{3,4}.

Wzrastający poziom interaktywności witryn internetowych wiąże się między innymi z pojawianiem się nowych możliwości dotyczących m.in. generowania dodatkowej zawartości witryn przez jej użytkowników. Temu celowi służy również nowe narzędzie *Google* tj. *Google SideWiki*. Występuje ono w formie bocznego modułu przeglądarki umożliwiającego przeglądanie, dodawanie i udostępnianie komentarzy do dowolnej strony internetowej i dostępne jest po zainstalowaniu najnowszej wersji paska narzędzi *Google Toolbar* (rys. 1A). Przycisk uruchamiający aplikację znajduje się w tymże pasku⁵ (rys. 1B).



Źródło: opracowanie własne.

Rys. 1. *Google SideWiki* w oknie przeglądarki *Firefox*

Google SideWiki umożliwia komentowanie zawartości stron internetowych każdego typu (tekstów, multimediów tj. dźwięków, obrazów, filmów, projektu

³ *What is Organic Search? Digital River Developer Resource*. Dokument elektroniczny. Tryb dostępu: www.developer-resource.com/what-is-organic-search.htm, Stan z dn. 20.05.2010 r.

⁴ Espadas J., Calero C., Piattini M., 2008. *Web site visibility evaluation*, Journal of the American Society for Information Science and Technology 59 (11), s. 1727-1742.

⁵ *Czym jest SideWiki*. Dokument elektroniczny. Tryb dostępu: <http://www.google.com/sidewiki/intl/pl/index.html>, stan z dn. 15.06.2010 r.

graficznego strony, układu poszczególnych elementów zawartości na stronie, itp.). Utworzone przez użytkowników komentarze są dołączane do witryny bez względu na to czy jej administrator wyraził na to zgodę czy też tego nie uczynił. Z drugiej strony *SideWiki* daje również możliwość dodawania komentarzy przez administratora/właściciela witryny. Można więc stwierdzić, że aplikacja ta jest czymś pośrednim między komunikatorem internetowym (np. *Skype*) a serwisem społecznościowym (np. *Facebook*, *Twitter*, itp.)⁶. W odczuciu niektórych autorów (m.in. M. Edmondson) jest próbą koncernu *Google* przejścia komentatorskiej i blogerskiej aktywności internautów z serwisów społecznościowych będących poza jego kontrolą⁷.

Z drugiej strony narzędzie to może być postrzegane jako swego rodzaju cyfrowe graffiti nie wnoszące istotnego wkładu w pozycjonowanie oraz jakość zawartości witryny⁸.

Zawartość komentarzy dostępnych Dzięki za wszystko *SideWiki* może być postrzegana jako swego rodzaju element treści generowanych przez użytkowników (ang. *User Generated Content*) i czynnik wpływający na zwiększenie stopnia interaktywności witryny⁹.

Z perspektywy administratora strony WWW włączenie usługi *Sidewiki* wiąże się z kilkoma ważnymi następstwami¹⁰:

- brakiem wpływu na treści wpisywane przez użytkowników strony (w każdej chwili trzeba być gotowym do usunięcia niewłaściwych wpisów lub odpowiedzi na nie),
- z racji zajmowania fragmentu ekranu wpływać wygląd warstwy graficznej strony internetowej (zaburzać jej wewnętrzną spójność),

⁶ *The Potential Impact of Google Side Wiki on Travel Websites*, Dokument elektroniczny. Tryb dostępu:

<http://tourismtechnology.rezgo.com/2009/09/the-potential-impact-of-google-side-wiki-on-travel-websites.html>, stan z dn. 10.06.2010 r.

⁷ *Side Wiki - Google gathers more of your data*. Dokument elektroniczny. Tryb dostępu: <http://markedmondson.posterous.com/side-wiki-google-gathers-more-of-your-data>, stan z dn. 02.07.2010 r.

⁸ Lucier T. *What if Google SideWiki was in everyone's browser?* Dokument elektroniczny, tryb dostępu: <http://www.tourismkeys.ca/blog/2010/01/what-if-google-sidewiki-was-in-everyones-browser>, stan z dn. 14.06.2010 r.

⁹ Schweiger W., Quiring O., 2006. *User Generated Content on Mass Media Web Sites: Just a Kind of Interactivity or Something Completely Different?*, New York: International Communication Association Annual Meeting, s. 17. Dokument elektroniczny, Tryb dostępu: http://www.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/0/1/2/7/4/pages12745/p12745-17.php, stan z dn. 14.06.2010 r.

¹⁰ Frank T., 2009. *Google side-wiki*. Dokument elektroniczny. Tryb dostępu: <http://www.temafrank.com/2009/10/google-side-wiki.html>, stan z dn. 09.06.2010 r.

- perspektywą nadmiernego wykorzystywania tej usługi w komunikacji z administratorem i zaniechania używania dotychczasowych aplikacji służących do komunikacji w sieci (np. komunikatorów internetowych, poczty elektronicznej, itp.).

Cel pracy

Celem niniejszego opracowania była w głównej mierze ocena stopnia wykorzystania narzędzia *Google Sidewiki* przez administratorów i użytkowników indywidualnych stron internetowych gospodarstw agroturystycznych oraz ogólnopolskich komercyjnych portali turystycznych zawierających ofertę tychże gospodarstw.

Materiał i metody

W celu stopnia wykorzystania aplikacji *Google SideWiki* przez podlaskich właścicieli i administratorów stron internetowych gospodarstw agroturystycznych oraz innych podmiotów (m.in. ogólnopolskich portali internetowych) turystycznych prezentujących ofertę produktów i usług agroturystycznych z terenu woj. podlaskiego, wykonano analizę ich zawartości pod kątem obecności komentarzy dołączonych do poszczególnych witryn. Dokonano rozgraniczenia między komentarzami autorstwa administratorów i właścicieli stron oraz użytkowników Internetu. Jednocześnie planowano wykonanie jakościowego przeglądu dostępnych komentarzy pod kątem ich związku z zawartością witryny (projektem graficznym, architekturą informacji, obecnością błędów) oraz jej funkcjonalnością, rozumianą jako zestaw funkcji każdej z witryn i obejmujących: f. informacyjną, marketingową, personalizacyjną, rezerwacyjną, płatniczą, itp.¹¹.

Informacje niezbędne do wykonania analiz na potrzeby niniejszego opracowania zostały zebrane w drodze obserwacji wybranych zasobów Internetu, które pozyskano, wprowadzając do wyszukiwarki *google.pl* odpowiednią kombinację słów kluczowych, znaczeniowo odpowiadających rozpatrywanemu obszarowi badawczemu i tematycznemu, tj.: „*agroturystyka, podlaskie*”. Według narzędzia propozycji słów kluczowych (*Google AdWords*) jest to trzecia w kolejności liczby zapytań (po „*agroturystyka, białowieża*” i „*suwalszczyzna, agroturystyka*”) fraza stosowana przez użytkowników poszukujących informacji o agroturystyce w tym

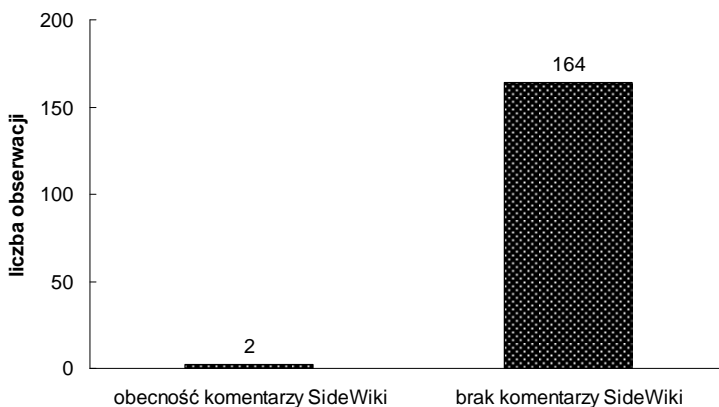
¹¹ J. Lu J., Z. Lu 2004. *Development, Distribution and Evaluation of Online Tourism Services In China*. *Electronic Commerce Research* 4(3), s. 221-239.

regionie w czerwcu 2010 roku (źródło: www.adwords.google.pl/select/KeywordToolExternal, czerwiec 2010).

Wybór wyszukiwarki podyktowany jest faktem, iż jest to obecnie najpopularniejsza domena wśród poszukujących informacji polskich użytkowników Internetu. Szacuje się, że korzysta z niej ok. 94% internautów w naszym kraju (źródło: www.ranking.pl, czerwiec 2010). Prace badawcze przeprowadzono w dniu 15.06.2010 r. w godzinach 9.00-15.00.

Wyniki badań

W oparciu o przeprowadzone analizy zebranego materiału badawczego stwierdzono bardzo niską frekwencję związaną z wykorzystaniem narzędzia *SideWiki*. Jego użycie wykazano jedynie w przypadku 2 serwisów internetowych. Były to ogólnopolskie portale turystyczne (www.obiekturystyczne.pl, www.nocuj.com.pl). Częstość pojawiania się komentarzy *SideWiki*, w zestawieniu z ogólną liczbą 164 przeanalizowanych pod tym kątem witryn, wynosi ok. 1,2% (rys. 2).



Źródło: opracowanie własne.

Rys. 2. Wykorzystanie aplikacji *SideWiki* w obrębie witryn internetowych promujących gospodarstwa agroturystyczne w woj. podlaskim

Dodatkowo, każdy ze stwierdzonych wpisów pozostawiony był przez administratora strony i swoją zawartością miał zachęcać internautów do wyrażania opinii nt. zawartości strony oraz sugestii związanych z proponowanymi przez nich zmianami, które mogłyby przyczynić się do poprawy jakości wykonania i obsługi ser-

wisu. Nie stwierdzono obecności wpisów pozostawionych przez użytkowników, a w związku powyższym nie uzyskano danych dotyczących opinii internautów związanych z funkcjonalnością witryn.

Oba opatrzone komentarzami portale zajmowały miejsca w pierwszej dwudziestce na stronach SERP (ang. *Search Engine Result Page*). Dodanych komentarzy *SideWiki* nie stwierdzono na żadnej z przeanalizowanych stron internetowych indywidualnych gospodarstw agroturystycznych.

Podsumowanie i wnioski

W oparciu o uzyskane wyniki badań należy stwierdzić, że aplikacja *SideWiki* cieszy się bardzo niewielką popularnością wśród witryn internetowych prezentujących ofertę gospodarstw agroturystycznych z terenu woj. podlaskiego. Powody takiego stanu rzeczy mogą być różne. Po pierwsze, *SideWiki* jest stosunkowo nowym pomysłem i stąd może wynikać jego niewielka popularność. Po drugie, jak do tej pory nieokreślono realnego wpływu zastosowania *SideWiki* na pozycję witryny komentowanej w ów sposób na stronach SERP (*Search Engine Result Page*)¹². Oba przytoczone argumenty w swoisty sposób się dopełniają i być może są przyczyną tak niskiej popularności tego narzędzia. Po trzecie, problem może stanowić również fakt zbytnej ogólności narzędzia. W przypadku strony gospodarstwa agroturystycznego lub innego podmiotu turystycznego pozostawiony komentarz może dotyczyć m. in.:

- jakości świadczonych usług;
- dostępności komunikacyjnej obiektu;
- obiektów dziedzictwa kulturowego znajdujących się w jego bezpośrednim sąsiedztwie;
- zawartości strony internetowej obiektu oraz jej projektu graficznego, jakości i intuicyjności nawigacji, dostępności dla użytkowników, itp.;
- wielu innych aspektów związanych z gospodarstwem agroturystycznym lub innym podmiotem turystycznym oraz jego bliższym i dalszym otoczeniem.

W skrajnych przypadkach pozostawiając komentarz użytkownicy mogą rekomendować obiekty konkurencyjne w stosunku do prezentowanego, co z perspektywy efektywności działań promocyjnych jest wysoce niekorzystne.

¹² *Side Wiki and how it will change your business*. Dokument elektroniczny. Tryb dostępu: <http://www.glgroup.com/News/Side-Wiki-and-how-it-will-change-your-business-44038.html>, stan z dn. 02.07.2010 r.

Jednocześnie uzyskane wyniki nie mogą dziwić zważywszy na fakt, że w styczniu 2010 r., w Stanach Zjednoczonych zarejestrowano jedynie ok. 10 tys. użytkowników *Google SideWiki*¹³.

Z racji minimalnej reprezentacji wpływ komentarzy *SideWiki* na pozycjonowanie stron w wyszukiwarce jest niejasny i wymaga dalszych badań.

Piśmiennictwo

1. *Czym jest Sidewiki?* Dokument elektroniczny. Tryb dostępu: <http://www.google.com/sidewiki/intl/pl/index.html>, stan z dn. 15.06.2010 r.
2. Espadas J., Calero C., Piattini M., 2008. *Web site visibility evaluation*. Journal of the American Society for Information Science and Technology 59 (11), s. 1727-1742.
3. Frank T., 2009. *Google side-wiki*. Dokument elektroniczny. Tryb dostępu: <http://www.temafrank.com/2009/10/google-side-wiki.html>, stan z dn. 09.06.2010 r.
4. Gretzel U., Yuan Y. L., Fezenmaier D. R., 2000. *Preparing for the new economy: advertising strategies and change in destination marketing organizations*. Journal of Travel Research 39, s. 146-156.
5. Lu J., Lu Z., 2004. *Development, Distribution and Evaluation of Online Tourism Services In China*. Electronic Commerce Research 4(3), s. 221-239.
6. Lucier T. *What if Google SideWiki was in everyone's browser?* Dokument elektroniczny. Tryb dostępu: <http://www.tourismkeys.ca/blog/2010/01/what-if-google-sidewiki-was-in-everyones-browser>, stan z dn. 14.06.2010 r.
7. Schweiger W., Quiring Q., 2006. *User Generated Content on Mass Media Web Sites: Just a Kind of Interactivity or Something Completely Different?* International Communication Association Annual Meeting, New York, s. 17. Dokument elektroniczny. Tryb dostępu: http://www.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/0/1/2/7/4/pages12745/p12745-17.php, stan z dn. 14.06.2010 r.
8. Shah B. P., 2009. *Search Engine Visibility of National Tourism Promotion Websites: A Case of Nepal*. Proceedings of the 3rd International Conference on Theory and Practice of Electronic Governance. ACM International Conference Proceeding Series 322. New York, s. 287-292.
9. *Side Wiki - Google gathers more of your data*. Dokument elektroniczny. Tryb dostępu: <http://markedmondson.posterous.com/side-wiki-google-gathers-more-of-your-data>, stan z dn. 02.07.2010 r.

¹³ Lucier T. *What if Google SideWiki was in everyone's browser?* op. cit.

10. *Side Wiki and how it will change your business*. Dokument elektroniczny. Tryb dostępu: <http://www.glgroup.com/News/Side-Wiki-and-how-it-will-change-your-business-44038.html>, stan z dn. 02.07.2010 r.
11. *The Potential Impact of Google Side Wiki on Travel Websites*. Dokument elektroniczny. Tryb dostępu: <http://tourismtechnology.rezgo.com/2009/09/the-potential-impact-of-google-side-wiki-on-travel-websites.html>, stan z dn. 10.06.2010 r.
12. *What is Organic Search?* Digital River Developer Resource. Dokument elektroniczny. Tryb dostępu: www.developer-resource.com/what-is-organic-search.htm, stan z dn. 20.05.2010 r.