

Google Doodles a jejich funkce

Autorka textu: Johana Kodytková

Anotace: Článek se zabývá populárními aktualizacemi loga Google, tzv. Google Doodles, v souvislosti s celosvětovými a národními svátky a důležitými jubilei. Jeho hlavním cílem je popsat funkci loga z hlediska estetického, edukačního, zábavního, sociálního a marketingového. Rovněž zkoumá Google Doodles, která jsou plně či zdánlivě interaktivní. Článek se taktéž věnuje umělcům, kteří Google Doodles pravidelně vytváří a zdokonalují. Přestože u zrodu Google Doodles stál dlouho jako jediný „doodler“ talentovaný Dennis Hwang, dnes se v návaznosti na zvyšující se popularitu upravených log a náročnost jejich zpracování podílí na tvorbě Google Doodles celý tým výjimečných ilustrátorů. V závěru článku stručně mapuje aktualizace loga Google vytvořené speciálně pro Českou republiku, kterých sice zatím není mnoho, ale po umělecké stránce se mohou směle rovnat všem ostatním.

Abstract: The thesis deals with popular special modifications of Google logo, known as Google Doodles, according to global celebrations and national anniversaries and holiday. The main goal of this thesis is a description of logo functions from the point of view of esthetics, education, amusement, social sphere and marketing. It looks into semi-interactive and interactive Google Doodles as well. Thesis also deals with artists, who make and improve Google Doodles regularly. Despite of the fact that in a past there was only one doodler - Dennis Hwang, thanks to the growth of popularity of this special logo modifications, the whole team of talented illustrators make Google Doodles today. In the end the thesis centres on Google Doodles, which were design only for Czech republic. Not so many Google Doodles are purely Czech, but they can compare with every other Google Doodle all over the world.

Klíčová slova: Google, Google Doodles, Dennis Hwang, funkce Google Doodles, variabilita loga Google

Keywords: Google, Google Doodles, Dennis Hwang, functions of Google Doodles, variability of Google logo

Logo a jeho důležitost

V dnešní době se na trhu pohybuje mnoho společností a firem, které nabízejí stejné nebo podobné produkty či služby. Proto je důležité vystoupit z davu, stát se výraznější a tím pádem i vyhledávanější společností, než je konkurence. Jednou z možností je vytvoření originální firemní identity, s níž velmi úzce souvisí vytvoření osobitého a neokoukaného loga. Logo je pro firmu jedním z nejdůležitějších předpokladů jejího úspěšného fungování, proto by měla každá společnost najít své nezaměnitelné rysy a využít je ve svůj prospěch. Součástí firemní identity jsou tři základní, vzájemně se doplňující složky – jednotný vizuální styl firmy, firemní kultura a firemní komunikace. (Krakowski, 2007) Velmi účinnou složkou je vizuální styl, protože si ho uživatel či potenciační klient všimne vždy jako první. Vizuální styl firmy se objevuje především ve formě loga nebo značky společnosti. Platí, že logo prodává a zasahuje do kulturního dění, proto bývá stavěno do centra pozornosti všude, kde se objeví. Naomi Klein ve své knize *Bez loga* tvrdí, že „[...] výsledkem pokročilého systému podpory značek je odstrčení hostitelské kultury do pozadí tak, aby se značka stala hvězdou. Nejde už o to kulturu sponzorovat, ale kulturou být.“ (Kleinová, 2005, s. 28)

Už při pouhé zmínce o vyhledávači *Google* se většině lidí jako první vybaví jeho typické a lehce zapamatovatelné logo. Hned potom si vzpomenou na barevné, zábavné a poučné aktualizace oficiálního loga, tzv. Google Doodles.

Kdo stojí za aktualizacemi loga Google?

Prvotní myšlenka na speciálně upravené logo Google se zrodila v hlavách samotných zakladatelů společnosti – Sergeye Brina a Larryho Pagea. První velmi prosté Google Doodle věnované připomínce festivalu *Burning Man* odstartovalo ve společnosti Google novou tradici. Už o dva roky později si Brin a Page najali na vytváření speciálních Google Doodles talentovaného studenta Dennise Hwanga, který je dodnes jedním z nejúspěšnějších tvůrců aktualizací loga Google. V dnešní době už však není na tuto práci Hwang úplně sám. Nároky na upravená loga přirozeně stále rostou, proto se dnes této činnosti věnuje celý tým výjimečných ilustrátorů a techniků. Do týmu lidí zabývajících se Google Doodles patří mj. Jennifer Hom, Mike Dutton, Ryan Germick, Sophia Foster-Dimino a Willie Real, kteří zpracovali už více než tisíc globálních i lokálních aktualizací loga Google. Kolektiv tvůrců se často schází a diskutuje o tom, jaká význačná jubilea a výročí bude Google oslavovat. Originální návrhy nepocházejí výhradně pouze od zaměstnanců společnosti, ale také od běžných uživatelů domovské stránky Google prostřednictvím pravidelně vyhlašovaných soutěží. [1]

Funkce Google Doodles

Originální Google Doodles, která nesmí být ani příliš jednoduchá, ani příliš překombinovaná, pomáhají společnosti Google vymanit se z moře ostatních vyhledávačů. Pracovní tým Googlu proto vymýšlí nejrůznějších aplikace a ozvláštňení, jejichž úkolem je uživatele upoutat, přitáhnout a už je nepustit. Odborníci považují Google Doodles za skvělý marketingový tah, protože plní na své domovské stránce funkci reklamy a zároveň vyvolávají bouřlivé reakce a diskuze široké veřejnosti. S každou novou aktualizací loga Google vzniká na internetu nový článek, a tím Google získává publicitu za minimální náklady. Díky stále propracovanějším a poutavějším Google Doodles se jméno společnosti objevuje čím dál častěji i na sociálních sítích, což je v dnešní době pro úspěšnost firmy nezbytností. Uživatelsky velmi

oblíbená a často vyhledávaná speciálně upravená logo v sobě spojují hned několik důležitých funkcí – estetickou, edukační, informační, zábavní, sociální, marketingovou; novou dimenzi vnáší do komunikace s uživateli vyhledavače Google funkce interaktivní.

Funkce marketingová

Kvalita a designové zpracování logo jsou důležitými složkami image firmy, jelikož to bývá právě logo, kterého si všimneme na webových stránkách jako první. Je nutné si uvědomit, že logo reprezentuje celou společnost včetně zaměstnanců a klientů. Pokud člověk někde na internetu nebo kdekoli ve svém okolí uvidí nějaké úspěšné, známé logo, dokáže ho většinou zařadit ke správné firmě nebo alespoň ke správnému tržnímu sektoru.

Ben Johnson stanovil pro roli logo v marketingové komunikaci čtyři základní body:

1. Design logo dělá vaší firmě reklamu sice tiše, ale s o to větší silou.
2. Design logo vás chrání před tím, abyste byli nuceni spamovat.
3. Design logo ukazuje celému trhu, jak profesionální jste.
4. Design logo potlačuje nejasnosti a nepřesnosti na webových stránkách. (Johnson, 2010)

Ačkoliv oficiální logo Google splňuje všechna kritéria úspěšného a kvalitního logo, nevysvětluje to, proč se staly jeho aktualizace Google Doodles tak skvělým marketingovým tahem. Mnoho kritiků (mj. i Louis Bedigian) sváteční logo předem odsuzovalo, a hlavně podceňovalo (Bedigian, 2011), ale dnes už by si téměř nikdo nedokázal představit Google bez jeho populárních Google Doodles.

Společnost Google má obrovskou výhodu, že si na světovém trhu vydobyla tak silnou pozici, díky čemuž si může dovolit téměř každý týden poupravovat a aktualizovat své oficiální logo. Žádná jiná firma nemá možnost, prostředky a ani odvahu, aby své logo tak jednoduše, kreativně a umělecky pravidelně měnila. Google Doodles jsou zkrátka jedinečné, stále velmi oblíbené a domnívám se, že si svou těžce vybudovanou pozici ještě dlouho udrží vzhledem k jejich stále narůstající popularitě u uživatelů.

Funkce estetická

Google Doodles mohou být na rozdíl od střídmejšího a velmi jednoduchého oficiálního logo líbivější, barevnější i složitější. Na druhou stranu nesmí ani aktualizace logo Google vypadat nevkusně nebo vulgárně, všechny komponenty logo spolu musí dokonale ladit, a tvořit tak jeden homogenní celek.

Vhodně zvolené písmo, které je důležité pro vizuální stránku logo, u Google Doodles řešit nemusíme, protože tato upravená logo většinou [2] pracují s oficiální variantou logo Google.

Oficiální varianta logo Google

Upravené logo z roku 2012 (stejný font, jiné barvy)

Zpočátku nechtěli „doodleři“ kvůli snadnému rozpoznání značky Google měnit ani barevnost oficiální varianty loga, proto používali především čtyři původní barvy (modrou, žlutou, červenou a zelenou.) Google Doodles však začaly být brzy tak světoznámé, že dnes už se ilustrátoři nemusí bát žádných inovací a mohou tvořit upravená loga téměř bez jakýchkoliv omezení. (Kodytková, 2012)

Existuje dokonce i několik Google Doodles, kde si slovo Google můžeme jen domýšlet. Jako příklad zcela modifikovaného loga Google bych uvedla upravené logo k výročí 125. narozenin španělského malíře Juana Grise nebo sváteční logo z roku 2010 k oslavě dne Země.

Google Doodle k 125. narozeninám Juana Grise

Google Doodle ke Dni země z roku 2010

U těchto aktualizací loga Google musíme použít notnou dávku představivosti, abychom si slovo Google v obrázku uvědomili. To můžeme považovat za odvážný a novátorský čin, který sází na inovace v rovině estetické, zatímco ve vztahu k image a identitě firmy působí pouze latentně, neboť se může spolehnout na svoji všeobecnou známost.

Funkce edukační a informační

Aktualizace loga Google nabízejí informace téměř ze všech oblastí vědění (např. ze sportu, matematiky, fyziky) nebo informace o důležitých svátcích a výročích významných osobností. Každý si v nich najde to, co ho zajímá, a co je důležitější, nenásilnou formou se dozvídá množství nových poznatků z různých oblastí.

Zpočátku měla aktualizovaná loga Google upozorňovat uživatele pouze na celosvětově známé a v USA oslavované svátky a jubilea (např. Nový rok, Vánoce, Velikonoce, Halloween či Den díkůvzdání), dnes už však představují veřejnosti nejrozličnější události od čínského nového roku přes olympijské hry až po výročí objevení vody na Měsíci. Prostřednictvím Google Doodles mají uživatelé na celém světě možnost poznat svátky, kulturu i slavné osobnosti ostatních zemí a po kliknutí na samotné upravené logo se mohou dozvědět ještě další doplňující a zajímavé informace. V oficiální galerii Google Doodles [3] si navíc každý může přečíst krátké zprávy a zajímavé informace od lidí, kterých se logo přímo týká (rodinných příslušníků slavných osob, ředitelů či předsedů různých firem apod.).

Funkce zábavní a sociální

Zábavní funkci neplní Google Doodles pouze u uživatelů vyhledavače Google, ale také u samotných „doodlerů“. Ilustrátoři často v galerii vtipně komentují vývoj a výsledek některých svých aktualizací loga Google, což dokáže pobavit nejen je, ale všechny, kteří se chtějí vybraným logem více zabývat. Jako příklad hovořící sám za sebe bych uvedla zábavné video, které bylo 16. dubna 2011 uveřejněno jako Google Doodle na domovské stránce Googlu. Video [4] bylo publikováno k oslavě výročí 122. narozenin Charlieho Chaplina a jeho cílem nebylo pouze pobavení uživatelů a celého týmu, ale také poukázání na nadčasovost Chaplinova umění. „Doodleři“, technici a další zaměstnanci se spojili, aby vytvořili něco skutečně originálního, a natočili spolu první hrané video, v němž dokonce ilustrátoři sami účinkovali. Charlieho Chaplina představoval Mike Dutton a děj se odehrával v Niles, kde Chaplin v začátcích své

kariéry natočil několik němých filmů, např. *Chaplin Tulákem (The Tramp)*. Výsledné hrané Google Doodle bylo pro uživatele nečekaným, ale příjemným a vtipným zpestřením, a navíc měl každý možnost prohlédnout si fotky z natáčení.

Uživatelům *Googlu* se upravená loga zalíbila natolik, že si začali vytvářet svá vlastní sváteční loga, která sdílejí na sociálních sítích, soutěží s nimi nebo je navrhují pouze pro vlastní potěšení. [5] Na rostoucí popularitu Google Doodles zareagovala mimo jiné společnost Night Agency, jež vymyslela projekt *Doodle.ly*. Tento projekt připomíná aplikace jako např. *Draw 4 Free*, *Facebook Graffiti* nebo *Draw for iPad* ovšem s jedním rozdílem – lidé nenavrhují „doodly“ na svém mobilu, ale přímo na počítači či notebooku. Podle Hany Červánkové je hlavním cílem projektu *Doodle.ly*, aby stoupenci Google Doodles nebo jiných upravených log „[...] upustili od kreslení na papír a své nápady přenesli pomocí speciální aplikace přímo do počítače“. (Červánková, 2011) Díky tomuto postupu mohou fanoušci Google Doodles svá díla snadno sdílet na sociálních sítích jako je např. Facebook, Twitter nebo Google+. Projekt *Doodle.ly* pomáhá naplňovat sociální funkci Google Doodles.

Od variability k interaktivitě

Čas od času se na domovské stránce Google objeví upravené logo, které je zajímavé svojí interaktivitou. Interaktivitu můžeme obecně definovat jako dvousměrnou aktivitu, která „[...] smazává hranici mezi autorem a publikem a narušuje starší technologické, politické a konvenční modely ‘kontroly’ textu, jeho narativní souslednost a distribuci“. (Cover, 2007) Rozvíjí určité prvky uživatelské kontroly nad narativní složkou, která obohacuje interaktivní Google Doodles.

Google Doodles můžeme rozdělit do tří skupin – pasivní, semi-interaktivní a interaktivní. Pasivní neboli statické Google Doodles nejvíce odkazují k oficiální variantě loga Google. Přestože jsou některé pasivní Google Doodles velmi originální a přetvořené, ve většině případů jsou z těchto tří kategorií nejpodobnější původní variantě loga. Mezi semi-interaktivní upravená loga bych zařadila např. Google Doodle k výročí prvního vysílání *Star Treku* [6] nebo ke stým narozeninám Lucille Ball [7]. U některých semi-interaktivních log můžeme navigovat ponorku (183. narozeniny Julese Vernea), některá můžeme jen sledovat (např. 70. narozeniny Johna Lennona), ale téměř u všech (včetně interaktivních) nalezneme nějaký skrytý vtip či význam. Tyto zdánlivě interaktivní Google Doodles ovšem nemůžeme nijak osobitě přetvářet či s nimi libovolně manipulovat, proto je nemůžeme nazývat čistě interaktivními. Rozdíl mezi semi-interaktivním a interaktivním ukázal na příkladu televizního diváka a hráče videohry i Pierre Lévy ve své knize *Kyberkultura: „Máme chuť“ však říci, že klasická videohra je také více interaktivní než televize[...]*. *Videohra totiž nejen že vysílá nepřetržitě svůj obraz na obrazovku, ale ještě navíc reaguje na jednání hráče, který sám reaguje na promítaný obraz, tedy probíhá interakce. Televizní divák přepíná a vybírá, hráč videohry jedná.*“ (Lévy, 2000, s. 73)

První skutečně interaktivní a zároveň hratelné Google Doodle společnost uveřejnila 21. května roku 2010 k třicátému výročí známé hry *PAC-MAN* [8]. Autoři tohoto upraveného loga, Marcin Wichary a Ryan Germic, se snažili co nejvěrněji napodobit původní verzi této hry z roku 1980, což se jim myslím podařilo. Zajímavým ozvláštňením googlovského *PAC-MANA* je to, že pokud klikneme na tlačítko „insert coin“ dvakrát, přidá se do hry „Ms. PAC-MAN“ a uživatel si může tuto světoznámou hru zahrát společně s někým dalším.

Upravené logo k výročí hry *PAC-MAN* bylo a stále je velmi oblíbené, avšak doposud největší úspěch i rozruch zaznamenalo interaktivní Google Doodle z roku 2011 k výročí narození vynálezce moderní elektronické kytary známého pod pseudonymem Les Paul [9].

Google Doodle k výročí narození Les Paula

Tato aktualizace loga Google vzbudila u veřejnosti i médií takové pozitivní ohlasy, jaké pravděpodobně ani samotná společnost nečekala. Mateřská stránka Googlu – *YouTube* se téměř okamžitě začala plnit nejrůznějšími videi nahraných skladeb, které uživatelé sami složili, nebo slavných písní, jež na interaktivní kytare „pouze“ zahráli. Kytarové Google Doodle udělalo společnosti Google reklamu k nezaplacení.

Od té doby Google uveřejnil několik dalších upravených log, které prezentoval jako interaktivní (např. Google Doodle k 25. výročí uhlíkové molekuly nebo upravené logo k 132. narozeninám Gideona Sundbacka).

Zdaleka ne všechna upravená loga publikovaná jako interaktivní skutečně interaktivní jsou. Jako příklad bych uvedla speciální logo k 160. výročí první světové pouti, kde má uživatel pouze možnost Google Doodle zkoumat pomocí zvětšovací lupy.

Google Doodle k 160. výročí první světové pouti

Uživatel se v tomto upraveném logu nemůže nijak projevit, nic nemůže upravit, ovlivnit ani změnit. O interaktivitě vždy platí, že zásadním a určujícím parametrem je přímá intervence, bez níž se nedá o „interaktivitě“ mluvit (Hinková – Procházková – Uhlířová, 2011), proto bych toto Google Doodle na rozdíl od týmu Google označila jako semi-interaktivní.

Google Doodles a Česká republika

Pobočka společnosti Google v České republice vznikla v říjnu roku 2006 a uvedla na český trh pro své uživatele již mnoho lokalizovaných služeb jako např. vyhledávač *Google Chrome*, *Mapy Google*, video portál *YouTube*, operační systém *Android*, *Kalendář Google* a samozřejmě také několik Google Doodles vytvořených speciálně pro Českou republiku. Tým Google Česká republika čítá pouze kolem třiceti členů, proto není divu, že u nás zatím neexistuje specializovaný tým českých ilustrátorů neboli „doodlerů“.

První ryze české Google Doodle bylo vytvořeno k oslavě Dne stromů a objevilo se na českých domovských stránkách Google 20. října 2008.

Google Doodle ke Dni stromů z roku 2008

Po něm následovalo sváteční logo s motivem *Babičky* při příležitosti oslavy 189. narozenin autorky tohoto díla, Boženy Němcové.

Upravené logo k oslavě narození Boženy Němcové

V roce 2010 se na domovských stránkách Google objevilo Google Doodle připomínající dalšího významného českého spisovatele Karla Čapka, který by toho roku oslavil své 120. narozeniny.



Google Doodle připomínající Karla Čapka

V roce 2011 se Google zaměřil hned na tři výjimečné české spisovatele – Václava Čtvrtka, Aloise Jiráska a nositele Nobelovy ceny Jaroslava Seiferta.

Google Doodle oslavující narození Václava Čtvrtka

Upravené logo k oslavě narození Aloise Jiráska

Google Doodle připomínající dílo Jaroslava Seiferta

V roce 2010 vzniklo první a dosud jediné upravené logo společné pro Českou a Slovenskou republiku, které připomínalo výročí 418. narozenin mezinárodně uznávaného českého pedagoga, teologa a spisovatele Jana Ámose Komenského.

Google Doodle k 418. narozeninám Jana Ámose Komenského

V oficiální galerii Google rovněž nalezneme upravená loga zobrazující dva české komediální herce z filmů pro pamětníky (Jana Wericha a Vlastu Buriana), uživatelsky velmi oblíbené Google Doodles s motivy Hurvínka a Večerníčka a sváteční logo k narozeninám Jana Evangelisty Purkyně.

Upravené logo k oslavě Hurvínka

Google Doodle s motivem Večerníčka

Sváteční logo k narozeninám Jana Evangelisty Purkyně

Doposud jediné Google Doodle s českou osobností, které se objevilo nejen u nás, ale i na všech domovských stránkách Google po celém světě, bylo vytvořeno k výročí 150. narozenin světově proslulého malíře Alfonse Muchy.

Google Doodle k výročí 150. narozenin Alfonse Muchy

Jedna z nejnovějších českých aktualizací loga Google nás přivítala na české domovské stránce Googlu 18. dubna 2012 k příležitosti nedožitých 75. narozenin kontroverzního architekta Jana Kaplického.

Google Doodle k 75. narozeninám Jana Kaplického

Nejčerstvější česká aktualizace loga Google se objevila 4. února 2013 k výročí 205. narozenin autora slov české národní hymny, Josefa Kajetána Tyla.

Upravené logo k výročí narozenin Josefa Kajetána Tyla

Osobně se domnívám, že bychom se na českých stránkách Google mohli setkávat častěji s Google Doodles vytvořenými výhradně pro Českou republiku. Můžeme jen doufat, že v této oblasti dojde k pozitivnímu vývoji a že vznikne mnoho nových českých Google Doodles, které budou přinášet českým uživatelům radost, informace i zábavu.

Poznámky:

- [1] Domovská stránka soutěže Doodle4Google – <http://www.google.com/doodle4google/>.
- [2] V posledních letech se už můžeme setkat i s Google Doodles, která se liší od oficiální varianty ve všem včetně zvoleného písma.
- [3] Odkaz na galerii: <http://www.google.com/doodles/finder/2012/All%20doodles>.
- [4] Odkaz na video: <http://www.google.com/doodles/122nd-birthday-of-charlie-chaplin>.
- [5] Videá uživatelů Googlu hrající na interaktivní kytare na www.youtube.com.
- [6] Odkaz na Google Doodle: <http://www.google.com/doodles/46th-anniversary-of-star-treks-1st-broadcast>.
- [7] Odkaz na Google Doodle: <http://www.google.com/logos/2011/lucilleball.html>.
- [8] Odkaz na hratelné Google Doodle PAC-MAN: <http://www.google.com/doodles/30th-anniversary-of-pac-man>.
- [9] Odkaz na Google Doodle k výročí moderní elektronické kytary: <http://www.google.com/logos/2011/lespaul.html>.

Použitá literatura:

- BEDIGIAN, Louis, 2011. Why Google's Doodles Are Brilliant Marketing Tool. *Business Insider* [online]. [cit. 18. 4. 2012]. Dostupné z: http://articles.businessinsider.com/2011-06-10/tech/30038730_1_doodles-google-com-search-engine.
- COVER, Rob, 2007. *Audience inter/aktive: Interactive Media, Narrative Kontrol and Reconciving Audience History* (překlad MACEK, Jakub) [online]. [cit. 18. 4. 2012]. Dostupné z: http://medialnistudia.files.wordpress.com/2011/08/ms_2007_2_preklad.pdf.
- ČERVÁNKOVÁ, Hana, 2011. Oblíbené doodly získaly sociální rozměr. Udělejte si vlastní. *Tyinternety* [online]. [cit. 18. 4. 2012]. Dostupné z: <http://www.tyinternety.cz/udalosti/oblubene-doodly-ziskaly-socialni-rozmer-udelejte-si-vlastni-4442>.
- HINKOVÁ, Sylva – PROCHÁZKOVÁ, Adéla – UHLÍŘOVÁ, Martina, 2011. Heslář – Interaktivita. *TIM ezin* [online]. [cit. 18. 4. 2012]. Dostupné z: <http://www.phil.muni.cz/journals/index.php/tim/article/view/226/343>.
- JOHNSON, Ben, 2010. The Role of a Logo Design in Social Media. *Web Traffic ROI* [online]. [cit. 18. 4. 2012]. Dostupné z: http://www.webtrafficroi.com/the-role-of-a-logo-design-in-social-media-marketing/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+webtrafficroi%2F1Bfd+%28WebTrafficROI.com%29.
- KODYTKOVÁ, Johana, 2012. *Důležitá výročí podle Google v Evropě*. Brno: Masarykova univerzita. Filozofická fakulta. Ústav hudební vědy. 61 s. Vedoucí diplomové práce Mgr. Zuzana Kobíková.
- KLEINOVÁ, Naomi, 2005. *Bez loga*. Praha: Argo. ISBN 8072036718.
- KRAKOWSKI, Linda, 2007. Firemní logo zákazník ocení originalitu. *Podnikatel* [online]. [cit. 18. 4. 2012] Dostupné z: <http://www.podnikatel.cz/clanky/firemni-logo-zakaznik-oceni-originalitu/>.
- LÉVY, Pierre, 2000. *Kyberkultura*. Praha: Karolinum. 229 s. ISBN 8024601095.