

Doodles na google

Doodles, tzv. sváteční loga internetového vyhledávače Google, v sobě spojují několik různých funkcí (zábavní, estetickou, vzdělávací, informační, reklamní a interaktivní). Po stručném historickém úvodu budu věnovat pozornost zejména interaktivitě, kterou se vyznačují doodles od roku 2010. Dle mého názoru totiž interaktivita výrazně přispěla k rozšíření fanouškovské základny Google doodles, a proto ve svém článku představím fenomén doodles optikou teorie interaktivních médií. V článku zmiňuji také to, že Google pomocí doodles plní i další funkci typickou pro média, a tou je agenda setting.

Od malůvek ke slávě

V angličtině slovo *doodles* znamená jednoduchou kresbu, odvážní by řekli čmáranici, jež nebyla vytvořena za žádným speciálním účelem, nýbrž ji autor namaloval spíše mimoděk. Typické případy doodles nacházíme například na okrajích školních sešitů. A jaká je jejich analogie ve světě online? Hovoříme-li o doodles ve spojení s internetovým vyhledávačem Google, máme na mysli opravdu trochu něco jiného. V jistém smyslu můžeme rovněž odkazovat k malůvkám, jedná se totiž o jednodenní aktualizaci loga Google v den významné události. Následující den se podoba loga buď mění zpět na standardní vzhled, nebo je nahrazena jiným doodle.

Průkopnický doodle z roku 1998

Pokud bychom chtěli zamířit do historie a vypátrat první doodles, připomenuli bychom logo vytvořené k příležitosti festivalu *Burning Man* na konci srpna roku 1998. V tomto případě ovšem nelze ani zdaleka spojovat dohromady doodles a interaktivitu, jelikož kresba zobrazovala pouze [postavu se vztyčenýma rukama](#), jež byla nakreslena za druhým „o“ ve slově Google. Tvůrci tak chtěli naznačit, že opustili kancelář a mají takřkajíc „padla“. Jednoduché logo se zatím nevyznačovalo téměř žádnými interaktivními prvky, ty se začaly objevovat až o dvanáct let později, v roce 2010. Nicméně nápad reflektovat zajímavé a význačné události pomocí speciálního obrázku v logu byl na světě už v roce 1998.

Informační funkce doodles

Doodles zachycují pestrou škálu výročí, událostí, svátků. Zpočátku loga měla tendenci upozorňovat na celosvětově rozšířené svátky a na akce tradičního charakteru (Halloween, Den díkůvzdání či konec roku). Dnes doodles oslavují široké spektrum výročí a významných událostí od Olympijských her po den, kdy na Marsu přistála družice (jak uvádí Google 4 Doodles). Tvůrci doodles se ve výběru neomezují geograficky, národnostně ani nijak jinak – měli jsme na Google možnost slavit významné dny z rozmanitých oblastí zemí celého světa (Litva, Peru, Korea, Mexiko, Kambodža, Senegal a další). Věděli jste třeba, že Den nezávislosti nemají jen Američané? Lidé v Libanonu si ten svůj připomínají 22. listopadu a o čtyři dny

dříve rovněž obyvatelé Lotyšska. A například v Mexiku se slaví Den smrti, který je obdobou našich Dušiček.

Agenda setting podle Googlu

První funkce, kterou jsme se u doodles zabývali, je funkce informační, vzdělávací. Ta je jistě pozitivní. Možná vás ale napadá otázka, kdo určuje, který doodles se na webu objeví? Ano, jedině Google rozhoduje o tom, které události v doodles zvěční. Je to tedy on, kdo jim dává punc důležitosti: Určuje, co je hodno zveřejnění, a co naopak nikoli. Takový postup poprvé označil Maxwell McCombs s Donaldem Shawem za *agenda setting*, teorii nastolování agendy. Termín se používá v masmediální komunikaci a pojmenovává fakt, že média konkrétním výběrem témat a jejich zveřejněním určují, o jakých událostech se bude diskutovat a jaká témata bude čtenář vnímat jako důležitá. A vidíme, že to platí nejen pro masová, ale i online média: i Google ve svých doodles nastoluje téma, ale samozřejmě neovlivňuje společnost takovým způsobem jako média zpravodajská. Domnívám se, že je to proto, že jeho funkce jsou na rozdíl od zpravodajských médií zcela jiné: poskytnout uživateli cestu k informaci. Ale ještě před tím ho na základě doodle zavést pomocí odkazu tam, kam původně vůbec nemířil...

Co bychom bez doodles možná nevěděli?

Dennis Hwang, přední designer doodles, dostal v roce 2004 zprávu od francouzského astronoma, že za 24 hodin kolem Slunce proběhne Venuše. Tento jev nastává jednou za 122 let. Hwang proto nemeškal a vytvořil speciální verzi loga, kam zanesl Slunce s malou černou tečkou odkazující k Venuši. Věděli bychom o této události nebýt doodles s názvem *Venus Transit*? Google jistě disponuje možností představit široké vrstvě internetových uživatelů rozličné významné dny a osobnosti, jelikož je hojně užívaným vyhledávačem. Znáte například Roberta Bunsena? Německého chemika a fyzika, jenž se zasloužil o užitečné a téměř esenciální objevy (spektroskop, přístroj pro zkoumání světelných spekter) nejen v oblasti chemie. Bunsen také jako první dokázal vysvětlit původ gejzírů a Google na jeho osobnost upozorňuje pomocí nápaditého [doodle](#). Nápis Google je v něm zachycen implicitně a my jej ve skupině zkumavek, hořáků, baněk a kahanů vyvedených v googlovských barvách pouze instinktivně tušíme. Na rozdíl od zcela prvního doodle zde dominuje vizuální stránka, respektive pohyblivá animace. Proč, to je nasnadě: v roce 2010 už uživatelé doodles dobře znají a zvykli si na to, že i schéma může v online světě nabývat různých podob.

Sváteční logo plní samozřejmě i funkci reklamy úvodní stránky Google. Tedy u toho, kdo ji má nastavenou jako stránku domovskou. O této funkci lze pochybovat společně s Joshem Samburem (2011), který se ptá: kdo by v době vyhledávání pomocí lišty Toolbar^[1] chodil na hlavní stránku Google?

Populární kytara Les Paula a cesta k interaktivitě

Nesporný úspěch zaznamenalo logo vyobrazené jako kytara, na kterou si uživatel může pouhým tahem myši přes struny vybrnkat svou vlastní melodii. Toto doodle

vytvořil tým Google v roce 2011 k 96. výročí narozenin průkopníka v oblasti elektrických kytar, Lestera Williama Polsfusse, známého pod pseudonymem Les Paul.

Většina předcházejících doodles byla *zdánlivě interaktivní* (Cover, 2006) pouze tím způsobem, že kliknutím na sváteční logo se uživatel dostal na seznam odkazů, jež nějak souvisely s upomínanou událostí. „*To, že do hry vstupuje uživatelská volba, ovšem nutně neznamená interaktivitu,*“ říká Cover a své tvrzení doplňuje o příklad, kdy přepínáme TV nebo zmáčkeme tlačítko PAUSE při sledování videa. Ani já tedy neshledávám nic interaktivního na tom, že po kliknutí na logo jsme přeměrováni na jinou webovou stránku – tento postup nám jako uživateli neposkytuje žádné možnosti, ani prostor pro rozhodování.

Domnívám se, že se v dnešní době u doodles stále častěji setkáváme se sofistikovanější interaktivitou^[2] vyššího stupně. *Skutečná interaktivita* (jakkoli tento obrat působí odvážně, musela jsem jej užít, abych zdůraznila rozdíl mezi domnělou a opravdovou interaktivitou) se objevuje až s příchodem takových doodles, jež umožňují uživateli spolupráci a hru. A právě díky interaktivitě jsou Google doodles uživatelsky atraktivní.

Interaktivní doodle = nejoblíbenější doodle

Ostatní doodles vynikají originálním designem a zpracováním (některá obsahují i pohyblivé obrázky či dokonce video), nicméně pouze hrstka z nich obsahuje interaktivní prvky. Jmenovat vyjma kytary Les Paula můžeme například:

Doodle k třicátému výročí hry [Pac-Man](#), kdy si uživatelé mohli v logu zahrát miniverzi této hry (vznik v roce 2010)

Doodle k 183. výročí narození [Julesa Vernea](#), jež umožňovalo ovládat ponorku (rok 2011).

Podobně jako doodle ke stému výročí narozenin [Lucille Ball](#), které vypadá jako televize a kde si můžete přepínat jednotlivé kanály s filmy této herečky.

Zaznamenalo však nějaké doodle takový ohlas jako kytara Les Paula? Na serveru [YouTube](#) nalezneme obrovské množství hudebních záznamů pořízených pomocí hraní na „google kytaru“ a ještě větší počet jejich zhlédnutí. Zkuste si na YouTube zadat heslo „*les paul doodle*“ a přesvědčíte se sami. Odkud se bere takový zájem? Domnívám se, že ze všech jmenovaných funkcí je interaktivita tím hlavním faktorem, jenž uživatele Googlu přitahuje. Svádí ke hře, baví nás, a dokonce nám dovoluje tvořit. Na základě našeho vlastního rozhodnutí. A tím jsme v interakci s logem skutečně, nikoli jen domněle, jak jsem popsala výše.

Interaktivita versus statistiky

Neobjevila jsem bohužel žádnou statistiku, která by mapovala případný nárůst zájmu o doodles v souvislosti s interaktivitou vyššího stupně. Nemám tedy relevantní podklady pro tvrzení, že interaktivita zvyšuje zájem o Google doodles. Když se však zamyslíte a uplatníte vlastní zkušenosti, k jakému závěru dospějete na základě zodpovězení těchto otázek:

Jaká doodles znáte?

O jakém nebo jakých doodles jste kdy nejméně diskutovali?

Nad jakým svátečním logem jste strávili nejvíce času?

Do doby, než vznikne komplexní analýza oblíbenosti doodles v souvislosti s interaktivitou vyššího stupně, se budeme pohybovat pouze na tenkém ledě polemiky. Interaktivita pravděpodobně podporuje atraktivitu doodles - tohle jediné si můžeme dovolit prohlásit, přičemž se při odpovědi budeme řídit spíš vlastním pocitem než statistikami...

Poznámky:

[1] Zde odkazujeme na speciální lištu v internetovém prohlížeči, která obsahuje panel rychlého vyhledávání Google, do nějž stačí napsat požadované heslo, a ihned jste přesměrováni na seznam vyhledaných informací.

[2] Tímto spojením poukazuji na skutečnost, že se jedná o propracovanější a promyšlenější interaktivitu, kdy si můžeme v logo například zahrát hru nebo řídit ponorku (viz popis doodles níže).

Použitá literatura:

Doodles 4 Google [online] ©2011 Google [citováno dne 10. 11. 2011] Dostupné z URL: www.google.com/doodle4google/history.html

COVER, Rob. *Audience inter/active: Interactive media, narrative control and reconceiving audience history* (překlad MACEK, Jakub) [online] ©2007 Google [citováno dne 13. 11. 2011] Dostupné z URL: medialnistudia.files.wordpress.com/2011/08/ms_2007_2_preklad.pdf

McCOMMON, Aili. *The Man Behind the Google Doodle*. [online] ©2007 Boomborg L.P. [citováno dne 14. 11. 2011] Dostupné z URL: www.businessweek.com/magazine/content/07_25/b4039088.htm

SANBURN, Josh. *Doodle Dandy*. [online] ©2011 Time Inc. [citováno dne 14. 11. 2011] Dostupné z URL: www.time.com/time/magazine/article/0,9171,2076722,00.htm

Gustav Robert Kirchoff a Robert Wilhelm Eberhard Bunsen [online] ©2011 Ústav materiálových věd a inženýrství, VUT v Brně [citováno dne 7. 12. 2011] Dostupné z URL: ime.fme.vutbr.cz/files/Studijni%20opory/im/_private/Historie/Kirchoff_Bunsen.htm

ŠULÁKOVÁ, Ivana. *Maxwell McCombs: AGENDA SETTING: NASTOLOVÁNÍ AGENDY, MASOVÁ MÉDIA A VEŘEJNÉ MÍNĚNÍ*. [online] ©2010 VŠB-TU Ostrava [citováno dne 7. 12. 2011] Dostupné z URL: www.ekf.vsb.cz/miranda2/export/sites-root/ekf/cerei/cs/okruhy/cisla/vol13num4/dokumenty/VOL13NUM04REW03.pdf