

Komunitné siete včera a dnes

Anna Deáková

Bakalárska práca
2014



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ústav reklamní fotografie a grafiky
akademický rok: 2013/2014

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Anna DEÁKOVÁ**
Osobní číslo: **K10082**
Studijní program: **B8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimedia a design – Grafický design**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Komunitní síť včera a dnes**

Zásady pro vypracování:

Rozsah teoretické práce minimálně 25 stran + obrazové přílohy (dokumentace praktické části). Práci odevzdat v elektronické podobě (dle předepsané celouniverzitní šablony viz Směrnice rektora č. 15/2010) ve formátu PDF na 1 ks CD (DVD) nosiče, dále odevzdat 2 kusy výtisků elektronické podoby práce a 1 výtisk graficky zpracované bakalářské práce, která má volnější grafickou podobu.

1. Teoretická část:

shromáždění dat a informací o současném stavu internetové sítě, popis změn, vývoje, proměn, nové trendy a aspekty vizuální komunikace.

2. Praktická část:

grafická koncepce a vizuální identita vlastního projektu, konkrétně jednotný vizuální styl a grafické řešení komunitní sítě.

Dále na samostatném nosiči CD odevzdejte v minimálním počtu 10 kusů obrazovou dokumentaci praktické části závěrečné práce pro využití v publikacích FMK. Formát pro bitmapové podklady: JPEG, barevný prostor RGB, rozlišení 300 dpi, 250 mm delší strana. Formáty pro vektory: AI, EPS, PDF. Loga a texty v křivkách. V samostatném textovém souboru uveďte jméno a příjmení, login do Portálu UTB, obor (ateliér), typ práce, přesný název práce v češtině i v angličtině, rok obhajoby, osobní mail, osobní web, telefon. Přiložte svou osobní fotografii v tiskovém rozlišení.

Rozsah bakalářské práce: viz Zásady pro vypracování
Rozsah příloh: viz Zásady pro vypracování
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/umělecké dílo

Seznam odborné literatury:

doporučené zdroje:

veškeré knihovnické a jiné fondy s literaturou na území ČR, SK, EU, webové stránky vztahující se k tématu, odborné časopisy a další literatura po konzultaci s vedoucím práce.

Vedoucí bakalářské práce: doc. PaedDr. Jiří Eliška
Ústav reklamní fotografie a grafiky
Datum zadání bakalářské práce: 1. listopadu 2013
Termín odevzdání bakalářské práce: 16. května 2014

Ve Zlíně dne 2. prosince 2013

doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.
děkanka



doc. PaedDr. Jiří Eliška
ředitel ústavu

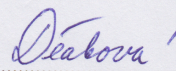
PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- beru na vědomí, že bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užit své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Ve Zlíně13. 12. 2013.....

Deáková Anna



Jméno, příjmení, podpis

¹⁾ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydělččně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlázení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnožení.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

²⁾ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užíje-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacího zařízení (školní dílo).

³⁾ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užit či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlídně k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Táto práca je teoretickou prípravou, akýmsi podrobným rešeršom práce na internetovej komunitnej sieti. Zahŕňa základné informácie o význame komunity v živote človeka, ako sa táto potreba prejavuje vo virtuálnom priestore, čo definuje jej funkciu a ako sa vyvíjala od počiatku až do dnešnej podoby. Okrem toho mapuje konkrétne stránky a siete, analyzuje ich celkový design, či samotných užívateľov a ich zvyky. Zameriava sa okrem všeobecne známych obľúbených sietí aj na špecifické komunity s jasným zameraním ako v našich končinách, tak aj vo svete.

V závere jasne definuje projekt praktickej časti, teda jednotného vizuálneho štýlu OZ Nemlčme, ktoré sa zaoberá tematikou sexuálneho násillia a je určené pre takto zasiahnuté osoby.

Kľúčové slová: komunita, sociálne siete, netholizmus, webdesign, netiketa, sexuálne násillie, “nemlčme”

ABSTRACT

This thesis is a theoretical preparation, detailed review of internet community network activity. It includes basic information about the function of the community in its members' lives and discusses how its need reflects in virtual space, what determines its functioning and how its form developed from the beginning up to the present state. Additionally, it maps actual sites and networks, analyzing their overall design, their users and their habits. Apart from generally known popular websites, it concentrates on specific communities with focused profile in both Slovakia and worldwide.

The last part of the thesis specifies the project which constitutes the practical part of the thesis, in other words integrated visual style of the Citizens' Association Nemlcme (Let's not be silent) which deals with sexual violence and helping its victims.

Key words: community, social networks, netholism, webdesign, netiquette, sexual violence

Na tomto mieste by som chcela poďakovať najmä vedúcemu práce doc. PaedDr. Jiřímu Eliškovi, a členom OZ Nemlčme, ale aj všetkým, ktorí mi pomohli posunúť projekt vpred.

Prehlasujem, že odovzdaná verzia bakalárskej práce a verzia elektronická, nahraná do IS/STAG sú totožné.

MOTTO:

“Zdieľaná radosť – dvojnásobná radosť, zdieľaná starosť – polovičná starosť.”

indiánske príslovie

OBSAH

ÚVOD	5
I TEORETICKÁ ČASŤ	7
1 KOMUNITA	8
1.1 VÝZNAM POJMU KOMUNITA	8
1.2 ROZDIEL MEDZI SOCIÁLNOU A KOMUNITNOU SIEŤOU	9
1.3 NETHOLIZMUS.....	11
1.4 SOCIÁLNE SIEŤE	14
2 SIEŤ A WEB	21
2.1 INTERNET	21
2.2 WEB	22
2.3 WEB 2.0	23
2.4 NETIKETA.....	24
2.5 KONCEPTY DESIGNU.....	25
2.6 FAREBNOSŤ A JEJ VÝZNAM VO VIRTUÁLNOU PRIESTORE.....	26
2.7 TVARY, VZORY A ICH VÝZNAM VO VIRTUÁLNOU PRIESTORE.....	31
2.8 KOMUNITNÉ SIEŤE, KTORÉ (NE)POZNÁME	32
2.9 WWW.NEMLČME.SK	36
II PRAKTICKÁ ČASŤ	40
3 JEDNOTNÝ VIZUÁLNY ŠTÝL „NEMLČME“	41
3.1 LOGO, VIZUÁL	41
3.2 WEB, DIGITAL	43
3.3 MERKANTÍLIE	46
3.4 KAMPAŇ, VIRÁLNE ŠÍRENIE	47
ZÁVER	51
ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV	49
ZOZNAM OBRÁZKOV	50

ÚVOD

Dôvodov, prečo som sa rozhodla pre spracovanie témy komunitných sietí, je viac. Som generácia, ktorá v útlom detstve sledovala vedecko fantastické filmy o počítačoch, vznášadlách, a hypermoderných technológiách. No neprešlo ani dvadsať rokov a tieto fantázie sa stali, a stávajú mojou každodennou skutočnosťou. Kedysi som sahrávala na dvore s deťmi zo susedstva, dnes s nimi udržiavam virtuálny kontakt aj napriek tomu, že žijem stovky kilometrov ďaleko. Internet a nové technológie začali zásadne môj život meniť a udávať mu smer, keď som mala asi trinásť rokov.

V tom čase som vytvorila svoj prvý “grafický návrh” v počítačovom editore “skicák”, na ktorom sa dnes môžem už len pousmiať. Vtedy ma však fascinovalo, ako jednoducho sa analógový svet dá preniesť do digitálnych médií, a neprestáva ma to fascinovať dodnes. Keď som sa dostala do pubertálneho veku, bol už môj vzťah k počítaču, internetu a vôbec – k získavaniu informácií celkom iný, ako napríklad u mojich rodičov. Zatiaľ čo oni sa učili zapnúť a vypnúť monitor, ja som veľmi rýchlo pochopila, že okrem získavania informácií ich môžem aj šíriť. To bol zásadný prevrat.

Keď som začala počúvať alternatívnu hudbu, dosť výrazne som sa odlišila v rovnakom veku od okolia a spolužiakov, ktorí mi nerozumeli. Potrebovala som najst’ komunitu ľudí, ktorí by mali podobné záujmy a pochopili/prijali by ma medzi seba so všetkými pozitívami aj negatívami. Bolo už len logické, že som na takýchto ľuďoch natrafila cez komunitné a sociálne siete.

Internet rastie, vyvíja sa, a ja s ním. Neskôr, keď som sa rozhodla študovať vizuálnu komunikáciu a grafický design, bolo to aj vďaka tomu, že som mala dostatočný prístup k informáciám, ktoré mi otvorili dvere do sveta, do ktorého ma to vždy ťahalo. I keď má téma komunitných sietí mnoho presahov do psychológie, sociológie či programovania, ja sa budem snažiť túto tému podrobovať analýze aj z graficko-dizajnerskeho hľadiska.

Počas vypracovávania tejto práce som sa stretla so zaujímavou ponukou navrhnuť dizajn pre stránku “nemlčme.sk” ktorá by sa mala zaoberať témou sexuálneho násillia, a okrem evanjelizovania širokej verejnosti o tejto citlivej tematike by mala vytvoriť priestor pre vznik ukážkovej, i keď trocha špecifickejšej, komunitnej siete, kde sa obeť budú môcť anonymne skontaktovať okrem odbornej pomoci aj s ľuďmi, ktorí majú podobné ťažkosti.

Weby takéhoto zamerania už v zahraničí existujú, ale väčšina funguje iba v anglickom jazyku, čo je v našej krajine ešte stále značne obmedzujúce.

Táto skúsenosť s realizáciou projektu “nemlčme.sk” bude teda akýmsi “laboratóriom” pre uplatňovanie mojich získaných vedomostí.

I. TEORETICKÁ ČASŤ

1 KOMUNITA

Na to, aby som mohla pracovať na vybudovaní funkčnej komunitnej siete, chcela by som si najprv ujasniť pojmy, ktoré skúmajú a zásadne udávajú jej význam. Čo je to vlastne komunita? Akú úlohu zohráva? Je možné nahradiť autentickú komunitu ľudí tou virtuálnou? Je rozdiel medzi sociálnymi a komunitnými sieťami, alebo sa jedná o synonymum? Ako vytvoriť prostredie pre vznik takejto komunity, a čo jej naopak škodí?

1.1 Význam pojmu komunita

*Komunita alebo spoločenstvo je prostredie alebo skupina ľudí, ktorí sú schopní oceňovať rozdielnosť jednotlivcov, čo im umožňuje účinne a otvorene komunikovať a spolupracovať na dosiahnutí spoločných cieľov. Pojem komunita (z latinského *communitas* - znamená spoločenstvo/spoločnosť, ale aj vládnosť, láskavosť, zmysel pre spoločnosť, alebo *communio*) býva často používaný ako synonymum pre *pospolitosť*, teda protiklad pojmu *spoločnosť*“. Výraz *komunita* pochádza z latinského slovného základu *společného* s *communicare*, *komunikácia* - *komunikovať*.*

[1] Zdroj: internet, <http://sk.wikipedia.org/wiki/Komunita>, dátum aktualizácie: 11. august 2013, dátum citácie: január 9th, 2014, 12:10 am

Komunita je biologický, sociálny ako aj psychologický fenomén. Jej multidimenzionálna (mnohorozmerná) a nejasná podstata ju robí ťažko definovateľnou a preto existuje množstvo často nie veľmi vzájomne súladiacich definícií. Na komunitu sa možno pozeráť ako na proces, miesto alebo štruktúru a z tohto príslušného pohľadu ju i definovať.

V roku 1955 sa sociológ George Hillery pokúsil o vypracovanie zovšeobecňujúcej definície komunity na základe skúmania deväťdesiatich piatich definícií komunity. Zistil však, že koncepty týchto definícií sú úplne rozdielne. Jedinými spoločnými prvkami komunity je to, že je tvorená ľuďmi v sociálnej interakcii v rámci nejakého geografického územia, s jedným alebo viacerými jednotiacimi putami.

Termín “komunita” však zaviedol už Scott Peck. Podľa neho je komunita skupina dvoch alebo viacerých ľudí, ktorí sú bez ohľadu na ich pôvod, minulosť, ideológiu, vek, rasu, pohlavie, sexualitu alebo politickú príslušnosť schopní akceptovať, transcendovať a vyzdvihovať ich rozdielnosti, odlišnosti čo im umožňuje komunikovať efektívne a otvorene, spolupracovať na dosiahnutí cieľov, ktoré boli vytýčené pre spoločné dobro. *“Komunita je spôsob ako byť spolu, zachovajúc si individuálnu autenticitu aj interpersonálnu harmóniu tak, aby ľudia boli schopní využívať kolektívnu energiu mnohonásobne väčšiu ako je jednoduchý súčet ich individuálnych energií”.*

Alebo do tretice definícia profesora kognitívnych vied v Paríži Francisa Varela: *“Je to stav bytia, hlbkej jednoty s druhými, stav otvorenosti, v ktorom osoby rezonujú navzájom napriek ich rozdielnostiam.”*

[2] Zdroj: internet, <http://komunity.vsieti.sk/>, dátum aktualizácie: 18. jún ,2008, dátum citácie: 9. január, 2014, 12:00 am

Podľa môjho názoru má pojem komunita tri hlavné charakteristiky, ktorými sa vyznačuje:

- je vymedzená, čo znamená, že má svoj začiatok, koniec, vlastný priestor a konkrétnych ľudí ktorí do nej patria;
- v komunite vládne všeobecné porozumenie, nakoľko sa v nej stretávajú ľudia s určitým spoločným znakom, alebo záujmom, takže si jej členovia minimálne v tejto téme rozumejú, z čoho vyplýva, že sa v nej členovia cítia bezpečne;
- je sebestačná, čo znamená, že si sama vystačí ľudsky aj informačne. Ak do nej vstupujú externé vplyvy, je to takmer výlučne cez už existujúcich členov komunity.

1.2 Rozdiel medzi sociálnou a komunitnou sieťou

Sociálna skupina je sociálny útvar, tvorený určitým počtom osôb, ktoré sú voči sebe vo viac alebo menej vymedzených pozíciách a roliach. Má vlastný systém hodnôt a noriem, ktoré upravujú správanie sa jej členov aspoň v záležitostiach pre skupinu

významných. Obraz sociálnej skupiny závisí od kategórií intervenujúcich v ich reflexii.

[3] Zdroj: internet, http://sk.wikipedia.org/wiki/Socialna_skupina, dátum aktualizácie: 10. marec 2013, dátum citácie: 10. január, 2014, 17:29

“Sociálna sieť je množina uzlov (alebo členov siete), ktoré sú vzájomne zviazané jedným, alebo viacerými typmi vzťahov.” (Wasserman a Faust, 1994)

Osobná sieť

Pri bežnej, každodennej činnosti sa jednotlivci stávajú členmi konkrétnych skupín. Vstupovaním do jednotlivých skupín si vytvára jednotlivec tzv. osobnú sieť. Najčastejšie v osobnej sieti bývajú príbuzní (rodičia, súrodenci, starí rodičia), priatelia, pracovné vzťahy (spolužiaci, kolegovia, nadriadení, podriadení), odborníci (všetci, na ktorých sa ako odborníkov obraciame - učitelia, lekári, sociálni pracovníci,...). Dôležitou je nielen hustota siete, ale aj jej kvalita, či vzťahy, ktoré pôsobia v sieti.

Sociálna sieť je jednou z najschodnejších ciest riešenia sociálnych problémov.

Najlepšie fungujúce sú však komunitné sociálne siete, ktoré sú určené a budované pre lokálne potreby, konkrétne sociálne prostredie s dobrou znalosťou problémov a miestnych podmienok danej komunity. Komunitou vytvárané siete vznikajú vtedy, keď je potrebné riešiť problém danej komunity, základnými pyliermi sú:

- ľudia, ktorí sú v komunite známi a majú dôveru pre svoju profesionatitu, sú rešpektovaní
- služby, ktoré sa prispôsobujú, menia alebo rušia podľa typu daného problému,
- lokalita, (napr. sú vymedzené v mieste bydliska, alebo inak)

[4] Zdroj: internet, <http://www.zones.sk/studentske-prace/pedagogika/5201-socialna-siet-typy-faktory-rozdiely/>, datum aktualizace: 14.08.2011, datum citace: januar 9th, 2014, 12:05 am

Z týchto definícií mi potom jednoznačne vyplýva, že v prípade Facebooku, Pokecu alebo YouTube nie je možné hovoriť o komunitných portáloch, ale o sociálnych sieťach. Ide o vzájomné prepojenie ľudí, neobmedzeného počtu, pričom vzájomný vzťah majú väčšinou iba dvaja. Ich kamaráti a kamaráti ich kamarátov potom vytvoria práve tú masu, ktorá

môže na prvý pohľad pôsobiť ako komunita. Komunitou ale nie je, pretože je jedno, koľko “kamarátov má môj kamarát”, ak ja nemám k týmto jeho kontaktom vzťah.

Dalo by sa však diskutovať o existencii “mikrokomunitných portálov” ktoré na sociálnych sieťach (a vďaka nim) vznikli a existujú. Tu sa stretáva vymedzená skupinka ľudí, ktorí zdieľajú aspoň jeden rovnaký atribút/záujem a ku svojej existencii nepotrebujú denný nárast svojej komunity o stovky neznámych “friends”. Jednoducho sú sebestační rovnako ako v reálnom živote.

Dalo by sa teda veľmi zjednodušene povedať, že sociálna sieť združuje čo najväčší počet ľudí bez akýchkoľvek rozdielov. Na takejto sieti sa za normálne obvykle považuje to, čo je priemerné. Ak niekto v nejakej sfére príliš “vytŕča z davu”, začne cítiť potrebu nájsť si seberovných - komunitu.

Komunitné siete vznikajú naopak akýmsi výberom jednotlivých členov na základe “odlišnosti”, kde môže člen zohrávať jedinečnú a nenahraditeľnú úlohu v spoločenstve. Autentickú (živú) komunitu je možné nahradiť tou virtuálnou v niektorých prípadoch. Všeobecne by malo platiť, že prostredie takejto komunity by malo byť priateľské, bezpečné a nenútené. Členovia by sa mali sami podieľať na tom, aby sa toto spoločenstvo mohlo dlhodobo udržať a rozvíjať sa. Komunitná sieť ale nemôže nahradiť osobné stretnutia a bezprostrednosť, ktorá sa odohráva medzi ľuďmi. Môže však budiť dojem ilúzie, na ktorú sa dá rýchlo navyknúť a u slabších jedincov spôsobovať dokonca nebezpečnú závislosť.

1.3 Netholizmus

V úvode state o netholizme by som chcela priblížiť význam tohto slova a dôvody, prečo o nej píšem. Jedná sa o “závislosť od internetu” a aktivity viažúce sa k virtuálnym sociálnym sieťam sú s ňou úzko späté. Všimam si tento fenomén v spoločnosti už dlhšiu dobu a považujem za dôležité si ho uvedomiť, definovať a dozvedieť sa, ako s ním bojovať.

Sama mám niekedy problémy nadviazať konverzáciu s osobami v reálnom svete a preto inklinujem k virtuálnemu kontaktu, ktorý je často osobnejší a má rýchlejší spád.

Aktivity na počítači alebo na internete môžu byť príjemnou zábavou a relaxom. Každý potrebuje vo svojom živote okrem práce aj zdravé rozptýlenie a uvoľnenie napätia. Nebezpečné však je, ak čas trávený pri týchto aktivitách presiahne rozumnú mieru a stane sa hlavnou náplňou života človeka. Niektorí podľahnú hraniu online počítačovej hry, iní sa nevie odtrhnúť od čítania. Činnosť sa stáva drogou, človek neustále potrebuje ďalšiu dávku – preto sa nadmerné trávenie času pri týchto aktivitách zaraďuje medzi tzv. nelátkové závislosti. V prípade závislosti od internetu sa v skutočnosti nejedná o závislosť od samotného internetu ako takého, ale od aktivít, ktoré pripojenie na internet umožňuje. Kvôli zjednodušeniu a zrozumiteľnosti používam v tejto práci pre rôzne závislosti pojem „závislosť od internetu“. Môžu nimi byť:

Netholizmus – odborný výraz pre závislosť od internetu (odvodené od slov „net“ a koncovky „holizmus“, ako v slovách alkoholizmus, workoholizmus).

MMORPG (Massive Multiplayer Online Role-Playing Game) je online počítačová hra, v ktorej hráč vystupuje a koná ako fiktívna postava v komplexnom virtuálnom svete. Hra umožňuje súčasné zapojenie tisícov hráčov po celom svete a ich vzájomné interakcie.

Disinhibičný efekt – kvôli zdanlivej anonymite internetu majú ľudia menej zábran, sú menej opatrní, ľahšie a rýchlejšie prezradia o sebe intímne detaily, robia veci, ktoré by si v reálnom svete nedovolili.

Všetky internetové závislosti majú jeden hlavný spoločný znak, a tým sú rýchlo a jednoducho získané príjemné pocity. Pri týchto aktivitách sa v tele človeka tvoria hormóny šťastia (endorfín, dopamín) a navodzujú tak podobné pocity ako pri užívaní alkoholu alebo iných drog. Podobné je aj prežívanie a správanie závislého človeka. Máva tieto sprievodné príznaky:

Dôležitosť – aktivita na počítači alebo internete sa stáva najdôležitejšou v živote. Ovplyvňuje správanie aj myslenie človeka, púta jeho pozornosť. Aj keď sa tejto aktivite práve nevenuje, aspoň o nej rozmýšľa, plánuje ju a teší sa na ňu.

Zmeny nálady – ak sa človek práve nevenuje aktivite, tak sa mení jeho nálada, reaguje podráždene, je nervózny, nesústredený. Prehnane reaguje aj na to, ak ho niekto pri jeho aktivitách vyruší alebo ho za jeho správanie kritizuje.

Zvyšovanie tolerancie – na vytvorenie príjemného pocitu potrebuje človek tráviť pri aktivite stále viac času. Nie je schopný prestať v čase, ktorý si dopredu naplánoval, stále nájde ešte niečo, čo potrebuje spraviť (dokončiť ďalší level v hre) alebo si pozrieť (ďalšie videá alebo stránky).

Abstinenčné príznaky – po prerušení aktivity sa dostávajú nepríjemné pocity, rovnako ako aj vtedy, keď sa človek dlhšiu dobu nemôže aktivite venovať. Po svojej aktivite túži rovnako ako drogový závislý po ďalšej dávke drogy. Reaguje podráždene, ak sa nemôže dostať k počítaču alebo ak sa ocitne niekde, kde nie je pripojenie na internet alebo mobilný signál.

Konflikty s okolím – človek sa kvôli svojej závislosti dostáva do konfliktov s okolím, pretože zanedbáva svojich blízkych, školu, prácu či ostatné záujmy, nedodržiava dohodnuté termíny.

Recidívy – aj keď sa človek snaží závislosti vyhýbať, skúša s ňou prestať alebo ju aspoň obmedziť, často jej znova podľahne. Pri recidíve býva dokonca vtiahnutý rýchlejšie a hlbšie.

Zmiešané pocity – človek na jednej strane prežíva príjemné pocity a úľavu, keď sa môže venovať svojej aktivite na internete, na druhej strane má pocit zlyhania, keď sa mu opakovane nepodarí vyhrať nad závislosťou. Tiež má pocity hanby a viny, výčitky svedomia kvôli času, ktorý trávi na internete alebo kvôli aktivitám, ktorým sa venuje (napr. závislosť na internetovej pornografii).

Pre riešenie závislosti je predovšetkým dôležité porozumieť príčinám jej vzniku. Samotná závislosť je až dôsledkom nejakého iného problému – preto sa niekto stane závislý a iný nie. Človek si závislosťou často zaplňa nejakú inú potrebu, napríklad nedostatok pozornosti alebo chýbajúce medziľudské vzťahy v realite. Ku vzniku závislosti tiež prispievajú niektoré osobnostné črty (väčšia úzkostlivosť a hanblivosť) a kvalita jeho vzťahov, nuda, neúspech v skutočnom živote, konflikty či psychické problémy (depresia, sociálna fóbia, úzkostné poruchy).

Pri odvykaní a liečbe sa uplatňujú podobné postupy ako pri liečbe iných závislostí: abstinencia, teda nepoužívanie technológií; pevný režim; vytváranie nových návykov; tiež podpora skupiny a zdieľanie s ľuďmi s podobnými skúsenosťami. Dôležitá je zmena v pôvodnom prostredí, ak sa nič nezmení, ak chýbajú podporné vzťahy a zapojenie blízkych ľudí, je vysoké riziko návratu závislosti. Problematika závislosti sa týka rovnako komunitných ako aj sociálnych sietí a mali by sme preto poznať príčiny a dôsledky, ktoré prináša.

Čo sa týka designu a jeho vzťahu k závislosti, mohli by sme tvrdiť že tzv. "flat design" – – užívateľský, zjednodušený a priateľský môže do istej miery skracovať čas a zjednodušovať kroky vedúce k vybudovaniu závislosti. Môj osobný názor je však ten, že otázka designu tu okrem komunikačnej nezohráva absolútne žiadnu rolu. Z osobnej skúsenosti môžem povedať, že jednoduchý a "pekný" design iba podporuje návštevnosť a používanie, no nedá sa preukázať, že by spôsobil klinickú závislosť.

[5] Zdroj: internet, <http://www.zodpovedne.sk/kapitola3.php?kat=zavislosti1>, datum aktualizácie: neznámy, dátum citácie: apríl 20th, 2014, 12:00 am

1.4 Sociálne siete

Prvé sociálne siete sa začali "na trhu" objavovať v polovici 90. rokov minulého storočia a ponúkali rozšírenú službu četovacích miestností. V tom čase by sa dali nazvať aj komunitami, pretože prístup na internet a k práci s počítačom nemal každý. Dalo by sa hovoriť o nadšencoch, ktorí tvorili na sieti komunitu, keďže sa o dianie zaujímali a vymedzovali sa práve tým, že mali online prístup. Postupné nadšenie sa potom neskôr dostávalo medzi širšie vrstvy obyvateľstva, až sa nakoniec z týchto komunit stali sociálne siete. Dnes sú ich na internete tisíce – v rôznych krajinách a jazykových mutáciách. Jednou z prvých bola americká stránka theGlobe.com, ktorú založili dvaja študenti v roku 1994 a ponúkala rozšírené digitálne priestory pre ľudí na uverejňovanie informácií o sebe a svojich záujmoch. Bola zameraná veľmi všeobecne – pre každého, kto mal záujem pridať sa.



Obr.1 a 2: Verzia globe.com z roku 1996 a 2005.

Neskôr v roku 1995 bola založená sieť Classmates.com, určená pre vyhľadávanie a udržiavanie kontaktu s bývalými spolužiakmi. Po vzore Classmates vznikla v roku 2000 britská Friends Reunited, a v roku 2002 bol založený Friendster. Všetky dovtedajšie siete ale prealcoval v roku 2003 založený MySpace, ktorý vyvíjal oveľa väčšiu snahu pri získavaní nových užívateľov a bol multimediálnejší. Okrem toho, že MySpace disponoval komplexnou funkčnosťou pre zdieľanie textového aj multimediálneho obsahu (mikroblog, fotografie, video či hudba), ponúkal svojim používateľom aj vizuálne prispôsobenie profilu v podobe hotových tematických návrhov, s možnosťou vymyslieť návrh vlastný a veľmi jednoducho ho použiť. Aj vďaka tejto sieti prišlo mnoho bežných používateľov k základným znalostiam html rozhrania. Táto funkcia sa stala veľmi obľúbenou, no z dnešného pohľadu aj veľmi nešťastnou. Pri browsovaní po blogoch som totiž mala možnosť pozorovať internetovú “výkladnú skriňu” nevkusy a dekadencie, html chýb a nedostatkov, ktoré celkovo pôsobili veľmi neuprataným dojmom a odrádzali ma od používania.



Obr. 3 a 4: Príklady „ľudovej tvorby“ verzus „profesionálneho designu na Myspace.com.

Pár rokov si MySpace udržoval prvenstvo, no neskôr ho už vytlačil notoricky známy Facebook, ktorý bol síce založený o rok neskôr ako MySpace, ale predbehol ho v rebríčku popularnosti a drží si ho dodnes. Aj keď sa v roku 2010 snažil Myspace “rebrandovať” a znovu si získať aspoň starých užívateľov, nepodarilo sa mu to.

V roku 2008 mal Facebook 100 miliónov používateľov, v roku 2009 prekročil hranicu 200 a 300 miliónov. V januári 2013 sa počet užívateľov pohyboval na hranici jednej miliardy a stále stúpa. V marci 2014 je to už 1, 25 miliardy aktívnych (chatujúcich) používateľov.

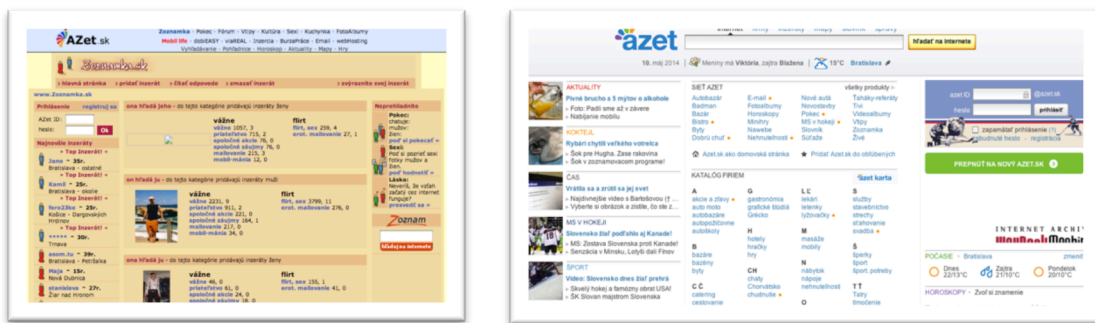
Facebook na rozdiel od Myspace-u neumožňuje až tak radikálne upravovanie vlastnej profilovej stránky. Môžeme na ňom zdieľať multimediálny obsah, hrať “social games”, či používať rôzne zábavné aj užitočné aplikácie, no zachováva si svoju “modrú tvár” a štruktúru, ktorá návštevníkom po celú dobu pomáha orientovať sa. Používateľ si môže nastaviť svoj profilový obrázok a úvodný obrázok timeline. Farba pozadia a typ/veľkosť písma je u každého užívateľa rovnaká a nemenná. V roku 2010 som sa stretla s aplikáciou, ktorá menila užívateľovi farbu a charakter pozadia. Ostatní “priatelia” však videli zmeneného užívateľa stále rovnako. Neskôr facebook podobné typy aplikácií prestal vyvíjať, pretože to bol protichodný krok vo vzťahu s politikou vizuálnej identity. Ako sa neskôr ukázalo, bolo to rozumné rozhodnutie, pretože stránka facebooku a jej modrá farba je dnes už nezameniteľná. Stále sa však objavujú použiteľné hacky na nastavenie osobitného

“backgroundu”. Medzi používateľmi je to ale skôr minoritná záležitosť, keďže sa ukázalo, že najviac ľudí obsah iba konzumuje, alebo zdieľa. Vytváranie zložitejšieho obsahu je až na poslednom mieste.

Stále častejšie používajú ľudia facebook prostredníctvom mobilných aplikácií, a sú tak pohodlnejšie v kontakte so svojimi priateľmi. Tento trend tiež radikálne stúpa v priamej úmernosti so zdomácnením “smart” telefónov v rukách ich užívateľov. Príklad: V roku 2010 využívalo na Slovensku mobilný internet iba 16% užívateľov, zatiaľ čo v roku 2013 to bolo až 37% užívateľov a toto číslo sa stále zvyšuje, takže môžeme predpokladať, že sa v dohľadnej dobe z mobilných zariadení stane (ak to ešte nie je realitou) hlavné médium komunikácie a prenosu internetovej siete. Okrem toho štatistika facebooku je už dnes vytváraná takmer výlučne mobilnými zariadeniami.

Vo východných častiach sveta ale facebook neobsadzuje prvé priečky. Napríklad v Rusku sú najväčšími favoritmi vk.com, odnoklassniki.ru, a v Číne je to Wechat, Tencent Weibo, Sina Weibo, Renren, a Kaixin. V našich končinách sa etablovali aj stránky ako azet.sk a seznam.cz. Seznam mal dokonca tak významné postavenie, že štatisticky ovplyvnil a spomalil nástup západných sietí ako je google a facebook.

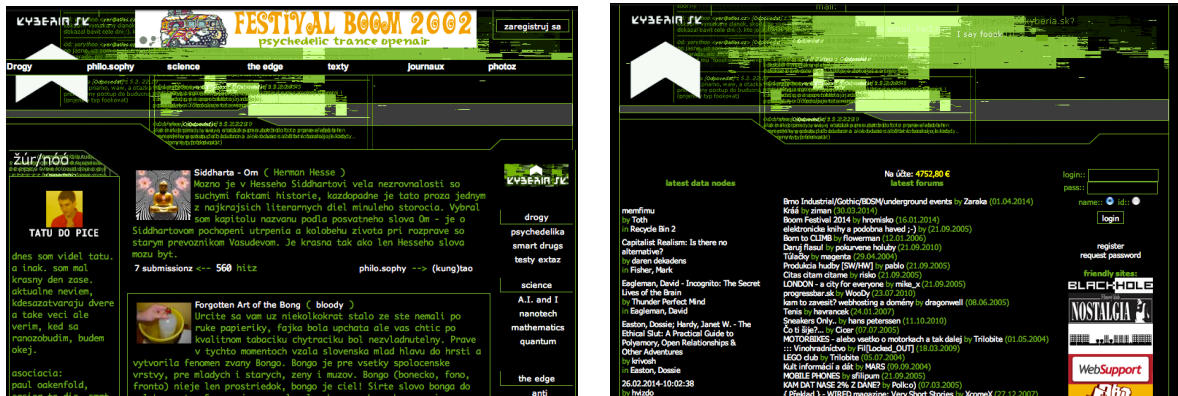
Ide o univerzálne platformy, ktoré vznikli na prelome miléníí, keď sme ešte nepoznali google. Okrem emailu a noviniek z domova a zo sveta, združovania a sprostredkovania informácií “od A po Zet” ponúkajú aj možnosti vytvoriť si vlastný “nick” – personalizovaný profil, ktorý používateľom s touto identitou umožňuje rozsiahle sa zapájať do diskusií a chat roomov s rôznymi témami od kresťanstva až po sexzoznamku. Používa sa okrem mailu aj vnútorná “rýchla” pošta, ktorou sa môžu dorozumievať dve identity bez toho, aby ich konverzáciu niekto tretí odhalil. V roku 2013 si slovenský azet prešiel celkom úspešným redesignom a i napriek silnému postaveniu facebooku si stále udržuje svoju návštevnosť a slúži najmä na zoznamovanie ľudí, ktorí by sa inak možno nikdy nenašli/nestretli. Čo sa týka designu, základná farebnosť azetu je modro-biela, no v závislosti od subdomén sa farebnosť mení. Napríklad diva.sk nesie fialovo ružovú farebnosť, azet aktuality su zasa čierno-biele s akcentnou červenou. Chatovacie okná a podfarbenie profilu si každý skúsenejší používateľ môže jednoducho vybrať a nastaviť podľa vlastných preferencií.



Obr. 5 a 6: Verzia azetu z roku 2002 a 2013.

Okrem týchto mainstreamových stránok by som chcela spomenúť ešte jednu veľmi špeciálnu sieť. Je ňou kyberia.sk – vznikla ako priestor pre dorozumievanie sa medzi určitou skupinou nadšených programátorov, ktorí potrebovali virtuálny priestor, kde by si medzi sebou mohli vymieňať informácie nielen o programovaní. Neskôr sa k nim pridali designéri, aktivisti a umelci, dnes má táto sieť vyše 7500 zaregistrovaných ID (identít). Štruktúra identít sa delí na adminov a citizenov (parlament a ľud). Celá stránka je členená stromovo. Má základné témy, ktoré sa rozvetvujú na fóra, príspevky a jednotlivé reakcie k nim. Reakcie môžu obsahovať akýkoľvek formát nastaviteľný v html. – to znamená text, obrázok, video, gif... Identitu dostane len taký záujemca, ktorý o sebe napíše niečo natoľko zaujímavé, že v priebehu jedného týždňa mu aspoň päť adminov udelí “K” (Karma). Tie sa mu pripočítajú do “K” peňaženky, a takýto citizen ich ďalej môže použiť na hodnotenie kvalitných príspevkov.

Čo sa týka vzhľadu, stránka pôsobí temne až undergroundovo, je prednastavená na čierne pozadie a zelený text. Každý kto chce a má základné znalosti o html kódovaní, si ju ale môže nastaviť ľubovoľne (meniť farbu pozadia, textu aj font). Stránka prakticky nemá nejaký uchopiteľný design, len layout úplne podriadený funkcionalite, čiže občas pripomína zdrojový kód alebo stavový riadok.



Obr. 5 a 6: Verzia kyberie z roku 2004 a 2014.

Medzi “najmladšie” sociálne siete ďalej patria Twitter, Instagram, G+ a LinkedIn. Twitter je zaujímavá mikrobloggerovacia služba, ktorá umožňuje svojim členom posilať a sledovať “tweety” ostatných členov s dĺžkou nepresahujúcou 140 znakov. Má svoju vlastnú jednoduchú štruktúru a nemenný vizuál. Instagram je zasa sieť na “shareovanie” obrázkov – fotografii štvorcového formátu a krátkych videí. Je určená najmä pre používateľov mobilných aplikácií a prináša aj funkciu úpravy fotografií a typických filtrov, ktoré fotografiám pridávajú na zaujímavosti. Funguje na báze mriežkového layoutu s vysádzanými fotografiami, pozadie je biele. Celá stránka pôsobí minimalisticky, prehľadne a jednoducho. LinkedIn je celosvetová “zamestnanecká” sieť, zameraná na vyhľadávanie kontaktov v pracovnej oblasti, zverejňovanie CV a odporúčania. Dostala sa do povedomia verejnosti v posledných dvoch rokoch. On-line sebaaprezentácia sa tak stáva v mnohých oblastiach kľúčovou schopnosťou. Vizuál je postavený na kontrastnej čierno-bielej kombinácii doplnenej sivou a akcentnou modrou. Celá stránka pôsobí seriózne, ale príjemne a osobne jej dizajn hodnotím za najfunkčnejšie, ktoré využívam, i keď komunikácia internou poštou má svoje muchy a dochádza k spamovaniu.

Behance.net je sieť, ktorá v poslednej dobe nahrádza funkciu, ktorú kedysi plnil Deviantart.com. Ide o stránku, kde si každý dizajnér a umelec môže založiť svoje konto a pridávať práce a diela, ktoré mu v časovom slede vytvárajú portfolio, a tak sa môžu ľahšie a rýchlejšie presadiť a presláviť. Deviantart fungoval na podobnej báze, no jeho popularita začala klesať v rokoch 2011-2012, kedy sa stal natoľko mainstreamovým, že kvalita “umeleckých diel” začala byť priemerná až podpriemerná a z každého bol zrazu umelec. Tým stratila stránka svoje čaro, navyše orientácia na deviantarte bola zastaralá. Má však zaujímavú sekciu, kôli ktorej stránku občas navštevujem. Je to možnosť inštalovania plug-inov

do programov ako je Photoshop a Illustrator. Podobnú funkciu ako novinku zapracoval aj béhance po tom, ako ho odkúpila spoločnosť Adobe a „vnorila“ do svojich programov. Nemali by sme vynechať ani siete, ktoré sa zaoberajú hudbou a videami.

Ide predovšetkým o youtube.com (využíva ho 51,78% užívateľov), vimeo.com (34,8%), soundcloud.com, spotify.com v minulosti podobné služby ponúkala aj last.fm, no odkedy svoje služby spoplatnila, ustúpila do úzadia. Ďalej sú „v hre“ Deezer, Google play music, a takisto Itunes od spoločnosti Apple. Tieto multimediálne sociálne siete prezentujú tvorbu, ktorú môže okomentovať každý. Majú čo najjednoduchšiu štruktúru, veľmi jasne definovanú orientáciu, a výrazné teplé farby, ako napríklad červená a oranžová. Užívatelia môžu komentovať obsah a pridávať svoje príspevky, komunity v nich sa vytvárajú na základe fun-pages, či spoločnej témy.

2 SIEŤ A WEB

V tejto kapitole by som chcela preskúmať technologické možnosti a ich vývoj, ktorý predchádzal fungovaniu komunitných sietí tak, ako ich poznáme dnes. Zaujíma ma najmä to, ako ovplyvňuje funkcia formu – teda vizuál webu. Ako môžem farebnosť, kontrast a geometriu použiť vo vlastný prospech? Existuje návod, ako vytvoriť fungujúcu a prítlačlivú stránku, či komunitnú sieť a ak áno, aké je jeho znenie?

V posledných desaťročiach vývoj pokročil tak, že sa nestíhame diviť. To čo bolo včera hudbou budúcnosti, je dnes smiešnou retrospektívou. Chcela by som preskúmať web design, ktorý sa momentálne považuje za populárny, no vystavujem sa riziku, že keď budem odovzdávať túto prácu, bude už zastaralý. Tak či onak, moja práca by mala mať okrem analýzy aj archivačný a dokumentárny charakter, čo je tiež istým prínosom. Z tohto dôvodu ma zaujímali aj všeobecné informácie o tom, ako internet vyzeral v dobe, ktorú si osobne nepamätám a kde sa nachádza to, čo ľudia nevedia na internete nájsť. V tejto kapitole budem taktiež poukazovať na rôzne zaujímavosti a odchýlky týkajúce sa témy, na ktoré som počas bádania narazila.

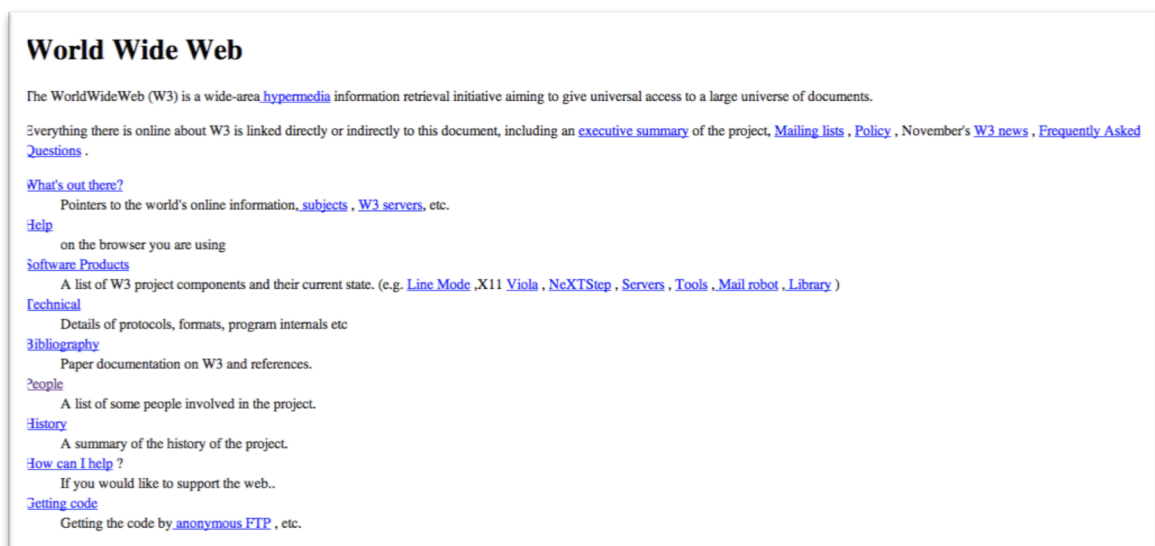
2.1 Internet

Internet je priestor pre vznik toho najlepšieho, ale aj najhoršieho, čo môžeme svetu ponúknuť. Práve preto je dôležité pochopiť jeho históriu, štruktúru, potenciál a budúcnosť. Príbeh internetu vznikol takto: Keď v roku 1957 Sovietsky zväz vypustil prvú umelú družicu Zeme – družicu Sputnik, Američania šokovaní týmto technologickým úspechom investovali obrovské prostriedky do vlastných komunikačných sietí. Ich cieľom bolo vyvinúť takú komunikačnú sieť, ktorá by fungovala aj v prípade značného poškodenia. Najskôr sa testovala na akademických pôdach, neskôr “spojila” americké štáty, a nakoniec sa z nej stala globálna komunikačná “metasieť” pozostávajúca z kombinácie viacerých sietí, v ktorých zariadenia používajú rovnaký protokol na posielanie informačných paketov. Táto myšlienka “siete sietí” sa považuje za základ súčasného internetu.

V roku 1989 Tim Berners-Lee vynášiel world-wide-web. Vtedy sa všetky možnosti internetu okrem akademikov a výskumníkov stali dostupnými aj pre bežných používateľov.

V období rokov 1990 až 2000 sa počet ľudí každoročne pripojených na internet viac ako zdvojnásobil. V roku 2011 mali prístup k internetu približne dve miliardy ľudí. V roku 2013 sú to už dve a pol miliardy, čo je viac ako tretina celej a polovica dospeljej populácie. Vďaka zlepšeniu dostupnosti služieb mobilného internetu bude tento počet v nasledujúcom desaťročí prudko stúpať a vzrastie aj počet používateľov on-line služieb, ktoré postupne menia pohľad na modernú spoločnosť.

Ide teda naozaj o globálnu sieť, ktorá spája jednotlivcov a celé národy vďaka čoraz väčšiemu rozšíreniu výpočtovej techniky. Existencia internetu sa zakladá na stálej spolupráci národov a jednotlivcov, preto sa budúcnosť internetu nedá jednoznačne predpovedať. Isté však je, že sa stále rozširuje a to aj vďaka mobilným sieťam v krajinách tretieho sveta.



Obr. 7: Takto vyzerala úplne prvá stránka v histórii.

2.2 Web

Web je iba jedna z mnohých služieb, ktoré využívajú internet. Medzi ďalšie môžeme zaradiť všetko, od šírenia súborov a online hier až po videočety a e-mail. Vyššie spomínaný Tim Berners-Lee je otcom konceptu "univerzálne prepojeného informačného systému, ktorý by umožnil najst' umiestnenie pre každú informáciu alebo odkaz, ktoré by sa považovali za dôležité". Je dôležité si uvedomiť, že každý používateľ tohto systému by mal mať

možnosť vytvárať zdroje informácií, nachádzať informácie od ostatných, používať ich a bez problémov sa medzi nimi pohybovať.

Celé fungovanie webu a zobrazovanie stránok je definované tromi základnými komponentami: “stránka” s informáciami v digitálnej podobe, “prehliadač”, ktorý umožňuje prezrieť si informácie na stránke z ich terminálu a webový server, na ktorom je stránka umiestnená. V súčasnosti sa odhaduje, že celkový počet stránok prekročil jeden billión, pričom veľkú časť z nich napriek rozsiahlym schopnostiam súčasných internetových prehliadačov takmer nemožno nájsť.

V tejto súvislosti som sa stretla aj s pojmom “Darknet”. Darknety sú štruktúry využívané na uzavretú komunikáciu a výmenu súborov mimo dohľadu bežných používateľov, a to na nelegálne alebo kvázi legálne účely na báze peer-to-peer. Jednu sieť zvyčajne tvorí menej ako 100 ľudí, ktorí si medzi sebou vymieňajú súbory a informácie. Takéto siete sú efektívnym nástrojom kyberaktivistov (Anonymous, únik WikiLeaks) alebo kyberteroristov, prípadne na účely privátnej výmeny súborov neznámeho obsahu.

Každá webová adresa v súčasnosti začína znakmi http (HyperText Transfer Protocol). Je to hypertextový prenosový protokol, značkovací jazyk HTML, ktorý je tvorený bázou pravidiel. Drvivá väčšina stránok na svete dnes funguje v HTML. Zaujímavosťou je, že úplne prvý prehliadač s názvom WorldWideWeb (WWW) ľuďom neumožňoval robiť takmer nič iné, len prehliadať webové stránky, ktoré fungovali ako “nástenky” sveta. Mohli ste si ich pozrieť, ale nemohli ste s nimi nijako interagovať. To v našom prípade znamená, že slúžili len ako informačné rázcestie. V tomto bode sa komunitné siete nemali šancu vytvárať na webovej platforme. V súčasnosti je dostupných mnoho moderných webových prehliadačov, medzi najznámejšie patrí Chrome od Googlu, Safari či Firefox. Ich vývoj a fungovanie sa tiež vo veľkej miere postarali o vstup do veku webu 2.0.

2.3 Web 2.0

Označenie Web 2.0 sa ani tak netýkalo technologického pokroku, ako všeobecnej zmeny ponímania toho, prečo a ako ľudia interagujú online. Web už nefunguje len ako miesto na vyhľadávanie, šírenie a sprístupňovanie informácií. Stáva sa z neho miesto rozvoja digitálnej kultúry, spolupráce, socializácie a tvorby. Dostal sa do svojej “druhej fázy” – vyvinul

sa na úroveň stabilnej platformy na inováciu celého spektra médií a zariadení od mobilných telefónov po televíziu, od telefonovania po automatické vyhľadávanie. Za základný kameň, ktorý spustil celý tento vývoj, môžeme považovať vznik blogov. Možnosť uverejňovania vlastných textov, obrázkov a videí v on-line svete, dostupná pre všetkých a bez výnimky, písanie komentárov a celých diskusií na rôzne témy určite môžeme považovať za predchodcu sociálnych aj komunitných sietí, ktorým by som sa chcela podrobnejšie venovať. Nemožno ale hovoriť o konkrétnych zásluhách konkrétnych autorov, pretože je to kolektívna tvorba, niečo ako “kultúra masového spoluautorstva”. Najvýznamnejším príkladom takejto spolupráce je napríklad Wikipedia.

“Podstata webu 2.0 spočíva v zapriahnutí kolektívnej inteligencie, čím dôjde k premene webu na akýsi globálny mozog”

Tim O’Reilly, 2005

Dalším zaujímavým javom je rýchlosť virálneho šírenia. Je to rýchle šírenie myšlienok vďaka aktívnemu zapojeniu sa cieľovej skupiny ľudí do procesu ich distribúcie, nie prostredníctvom marketingu plateného autormi ako v prípade tradičných médií. Vplyv sociálnych médií a rozmach zariadení schopných pripojenia na sieť posunul web do ďalšej fázy vývoja. Momentálne sa web nachádza vo fáze prechodu do verzie 3.0, čo znamená, že sémantické vyhľadávanie bude čoraz viac ovplyvňovať život, kvantitu a kvalitu vyhľadávaných informácií. Web 3.0 sa nazýva aj pojmom “internet vecí”, čo v praxi znamená, že internetovo ovládateľnými sa stávajú predmety a prístroje bežnej spotreby. Ako príklad by som uviedla domy, ktoré majú centrálnu kontrolu nad spotrebičmi, vykurovaním, bezpečnostným systémom a osvetlením, fungujú interaktívne a funkcie sa dajú kontrolovať a spravovať aj z druhého konca planéty.

2.4 Netiketa

S postupným vývinom internetu a on-line komunity sa rozvíjala aj myšlienka podpory kultivovaného správania v on-line svete. Toto všetko je zhrnuté v súbore nepísaných pravidiel o etikete na internete, tzv. netikete. Zakladá sa na tom, že potenciál kyberpriestoru sa dá

využiť na dobré účely len vtedy, ak zostanú zachované isté morálne princípy, zahŕňajúce aj všeobecnú ochotu nezneužívať dva najzákladnejšie piliere on-line interakcie: anonymitu a multiplicitu. Netiketu som do tejto práce zahrnula z toho dôvodu, že sa často stretávam práve s porušovaním týchto pravidiel, a celkovou neznalosťou. Okrem toho registrujem aj zaujímavý, i keď veľmi nepríjemný fenomén “flejmovania” (flame – flaming – ohnivá diskusia) a “trollovania” (trolling). Obidva modely správania by sa dali označiť za zvláštny záujem narušovať beh vecí, získať si dôveru ostatných a následne im strpčovať život alebo úmyselné posielanie poburujúceho obsahu a provokovanie. Tieto neduhy sa najúčinnnejšie dajú vyriešiť ignoráciou.

Kódex netikety podľa Tima O'Reillyho znie takto:

“Preberte zodpovednosť za svoje slová aj za slová ostatných, ktorým povolíte vstup na svoje webové sídlo.

Určite mieru tolerancie k urážlivým komentárom, aby ste sa vyhli poburujúcemu obsahu, anonymné komentáre nepovoľte automaticky, keďže môžu podnecovať osočovanie.

Nekírmte “troll” a iných provokatérov, radšej ich ignorujte, ak kyberšikanovanie prekročí isté medze, radšej celú diskusiu zakážete.

Konfrontujte ľudí, o ktorých viete že sa v on-line prostredí správajú neslušne a nikdy nehovorte v on-line svete to, čo nie ste schopní povedať niekomu zoči-voči.

Keď si želáte byť súčasťou civilizovanej digitálnej spoločnosti, správajte sa v nej ako v ľubovoľnej inej civilizovanej spoločnosti a dodržiavajte rovnaké konvencie pri kontakte s ľuďmi – ktorí sú skutoční, či už s nimi prichádzate do styku v realite, alebo vo virtuálnom prostredí.”

[6] Zdroj: CHATFIELD, Tom. *Digitálny vek: 50 myšlienok, ktoré by ste mali poznať*. 104 s. ISBN 978-80-556-0878-5.

2.5 Koncepty Designu

V prípade webu a komunitnej siete nemlčme.sk je potrebné si uvedomiť, pre akú cieľovú skupinu bude slúžiť. Tá sa delí na širokú verejnosť a členov komunity (nazývajúme ich zasiahnutí). Široká verejnosť by mala mať prístup ku všetkým základným informáciám

o tom, čo vlastne sexuálne násilie je, ako sa správať taktne voči obeť, prípadne ako pomôcť. Sú to rodinní príslušníci a priatelia, ľudia, ktorých téma násilia zaujíma a nie je im ľahostajná. Mailom overení členovia komunity (obete) budú mať povolený prístup “hlbšie” – t.j. cez vlastný prístupový účet sa budú môcť prihlásiť do siete, kde okrem informácií o pomoci a podpore môžu prispievať do fór zameraných na vyrovnávanie sa s traumou. Na základe skúseností z minulosti som si urobila malý prieskum stránok vo svete, ktoré majú podobné alebo celkom rovnaké zameranie. Chcela som vedieť, ako to robia druhí a prípadne sa poučiť z cudzích chýb.

V tomto rešerši som sa stretla prevažne so stránkami v anglickom jazyku, keďže v našich končinách je táto téma tabuizovaná, čo sa naším projektom snažíme zmeniť. Stretla som sa s rôznymi typmi webových stránok, niektoré sú už na prvý pohľad “čisté” iné sú zasa horšie a nakoniec sú tu tie úplne zlé. Nie len typograficky, ale často neladí ani farebné prevedenie a jednotlivé tvary.

Všimla som si, že nedokážem úplne definovať spoločné prvky, ktoré by všetky stránky (okrem témy) spájali. Snáď len vysoké percento textového obsahu a modrá farba sa viac či menej objavuje na každom z nich.

2.6 Farebnosť a jej význam vo virtuálnom priestore

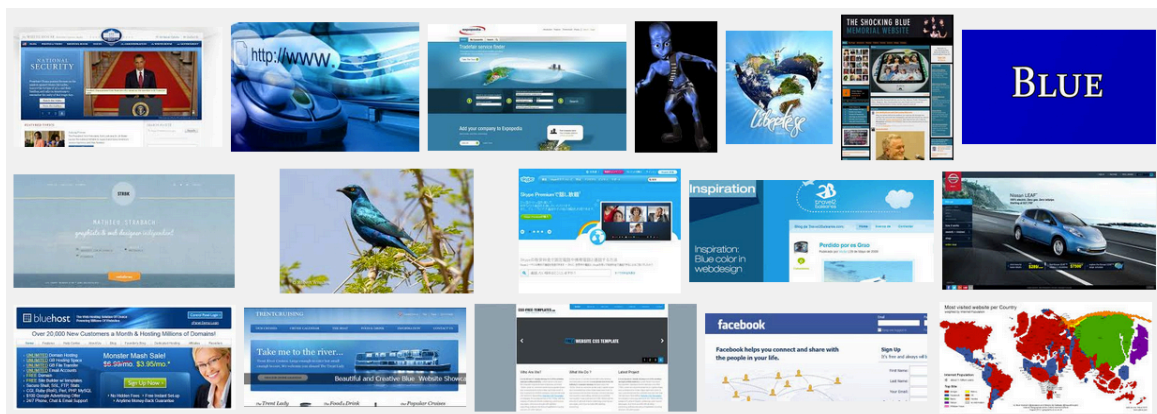
Začala som skúmať farebnosť. Význam farieb a ich kombinácií je v elektronickom prostredí trochu odlišný od reálneho života. Veľa tvorcov vôbec nepremýšľa nad tým, ako výrazne farby vplývajú na používateľov. Väčšinou za tým treba hľadať len vloženie vizuálneho vkusu. Existujú aj tvorcovia, ktorí si všetko premyslia do najmenších detailov a skúšajú rôzne možnosti pomocou A/B testing, takým by som sa chcela priblížiť. Považujem za dôležité, zamýšľať nad tým, prečo zvolit’ danú farbu a kam ju umiestniť.

Farby sú rozhodujúce a pri výbere farieb na danú webovú stránku je potrebné, vhodne vymyslieť a naplánovať stratégiu tak, aby si človek premyslel kam chce so svojou stránkou smerovať, koho chce osloviť a prečo ho chce osloviť, ako sme si povedali v úvode. Farby vplývajú na každého inak. čo sa skrýva za ich symbolikou?

Už z bežného života človek podvedome vníma farby ako niečo, čo ho podnecuje k tomu, aby sa rozhodol a podal výsledok vnímanej emócie. Každá farba má svoju symboliku, či význam a veľkú rolu zohráva aj odtieň, ktorý je vložený do ľubovolnej kombinácie. Táto problematika je zložitá aj v samotnej psychológii, keďže každý mozog je odlišný a ľudia nemajú identické vnímanie. Preto je potrebné zamerať sa skôr na lokálne varianty a tie jemne vylad'ovať.

Modrá

Už odjakživa ľudia vnímali modrú ako najpríjemnejšiu farbu po stránke optického ponímania, keďže aj obloha je prirodzene modrá. S touto myšlienkou sa stotožňuje aj špecialista na farby Pantone.



Obr. 8: Najpopulárnejšie stránky na webe sú modré.

“Od roku 2008 je modrá farba vyhlasovaná za najpopulárnejšiu nie len na webe, ale aj celkovo v oblasti rôznych produktov. V roku 2010 Pantone vymenoval za farbu roka opäť modrú no tentokrát azúrovo modrý odtieň, pričom predošlé roky išlo najmä o tmavšie odtiene. Táto farba má v človeku navodiť pocit pokoja, únik z každodenných starostí a obnoviť zmyselnosť.”

[7] Zdroj: Internet, <http://www.zajtra.sk/dizajn/246/psychologia-a-web-farby-a-tvary-su-casto-rozhodujucim-faktorom-2>, dátum aktualizácie: 3.7.2011, dátum citácie: 9. január , 2014, 15:34 am

Ak sa pozrieme na výsledky najnovších prieskumov, nič sa nemení. Modrá farba je neustále kráľom a je najobľúbenejšou farbou až v 17 náhodne vybraných krajinách. Najviac modrú farbu obľubujú Nemci, Brazílčania a Američania. Pri celosvetovom prieskume

si vybralo modrú až 40% ľudí za najobľúbenejšiu farbu resp. farbu, ktorá na nich pôsobí opticky najlepšie.

Prečo sa ľuďom páči najmä modrá farba? Z prieskumov jasne vyplynulo, že farba pôsobí na človeka neutrálne, dodáva človeku pocit vyššej dôvery, atraktívnosti, čistoty a poriadku. K otázke modrej farby sa už pár krát vyjadril aj CEO Facebooku Mark Zuckerberg, ktorý je vyštudovaný psychológ. Pri navrhovaní Facebooku dobre vedel pre ktoré odtiene a farby sa rozhodnúť, keďže Facebook je web, ktorý združuje komunitu ľudí. Zuckerberg si myslí, že modrá farba je najlepšie viditeľná, najpríjemnejšia a po stránke očného kontaktu vytvára najmenej problémov s viditeľnosťou.

Zelená

Hneď po modrej patrí medzi najobľúbenejšie farby zelená, ktorá symbolizuje prírodu, energiu a rast. Zelená patrí medzi veľmi frekventovanú farbu na webe. Pri vhodnej kombinácii s dobrým odtieňom šedej a modrej nadobúda web príjemnú atmosféru. Tak ako každá vec, aj zelená má svoje negatíva. Všeobecne sa zelená považuje za pozitívnu farbu, no spája sa s krehkosťou, neskúsenosťou, závisťou a žiarlivosťou.

Oranžová

Farba, ktorá je nenávidená ale aj obľúbená. Mnoho ľudí, ktorí majú radi eleganciu cítia odpor k oranžovej. Web, ktorý má byť ladený elegantne by nemal obsahovať túto farbu a tvorca by sa jej mal v tomto prípade vyhnúť. Oranžová je spájaná aj s priemyslom, dopravou ale aj sviežim bytovým priestorom. Táto farba je vhodná pre weby, ktoré chcú vyžarovať energiu a teplo. Ak chcete použiť energickú farbu na web, oranžová by mala dostať prednosť pred červenou, pretože je v porovnaní s ňou pokojnejšia.

Čierna

Farba elegancie, tajomnosti ale aj nervozity. Ľudia, ktorí milujú eleganciu a majú zmysel pre vkus sa čiernej nevyhýbajú. Čierna farba je moderná farba, ktorá môže síce na prvý pohľad vzbudzovať pocit konzervatívnosti, no pri weboch vo vhodnej kombinácii nemôže skoro nič pokaziť. Táto farba je vhodná na stránky, ktoré chcú pôsobiť elegantne, štýlovo a moderne, ale aj undergroundovo a tajomne.

Biela

Keď si človek predstaví bielu farbu, okamžite ho napadne čistota. Biela je frekventovaná farba, no používa sa najmä ako pozadie. Pri weboch je neutrálna a vhodná na stránky, ktoré

chcú zvýrazniť obsah vo výraznejších farbách. Túto farbu často používajú najmä weby, ktoré združujú vysoké percento textového obsahu. Ide najmä o spravodajské servery a veľké korporácie. Ak máte posolstvo dať do povedomia používateľom najmä ideu textu, je to vhodná farba do pozadia bloku alebo samotnej stránky.

Sivá

Táto farba sa považuje za neutrálnu ale aj smutnú. Pri pohľade na šedú farbu si človek môže pripadať smutný resp. môže cítiť, že v danom objekte nie sú emócie, no tento pocit zaniká ihneď po tom, ako sa správne táto farba zladí napr. s čiernou, zelenou či modrou. Dobrým mixom môže v kombinácii so šedou vzniknúť veľmi príjemná prezentácia. Táto farba je často nasadzovaná či už na komerčné aplikácie alebo spravodajské servery. Pri vhodnej kombinácii nie je čo pokaziť.

Hnedá

Ďalšia z farieb prírody, ktorá nie je na webe veľmi frekventovaná. Táto farba je vhodná najmä na riešenia v hotelovej oblasti či na projekty, ktoré sú orientované kultúrne. Farba vyjadruje dôveru rovnako ako modrá a tiež stabilitu.

Fialová

Táto farba sa už odjakživa spája s kreativitou a bohatstvom. Rôzne odtiene fialovej, ktoré prechádzajú až do ružovej sú spájané aj so zdravím a duchovnom. Táto farba je vhodná na rôzne typy stránok, ktoré chcú vzbudzovať kreativitu a v slabších odtieňoch harmóniu a pokoj.

Červená

Čo si človek predstaví pod červenou? Väčšinou vášeň, lásku ale aj agresivitu. Vo výskumoch bolo dokázané, že pri minimálne 2 min. očnom kontakte s červenou dochádza k zvýšeniu nepokoja a podráždenosti. Samozrejme jednotlivé vplyvy sú individuálne, no to, že červená je skôr negatívnou farbou ako pozitívnou je známym faktom. Avšak ak je táto farba použitá vo vhodnej koncentrácii, dobre zladená a v primeranom odtieni, môže byť dobrým riešením do daného webového projektu.

Žltá

Je farbou mysle, stimuluje činnosť mozgu. Vyvoláva aktivitu, odolnosť voči únave. Je svieža a signálna. V spojení s čiernou je to farba, ktorá upozorňuje na dočasnú zmenu. Je vhodná všade, kde je potrebné zvýšiť duševnú kapacitu a myšlienkovú aktivitu. Pomáha

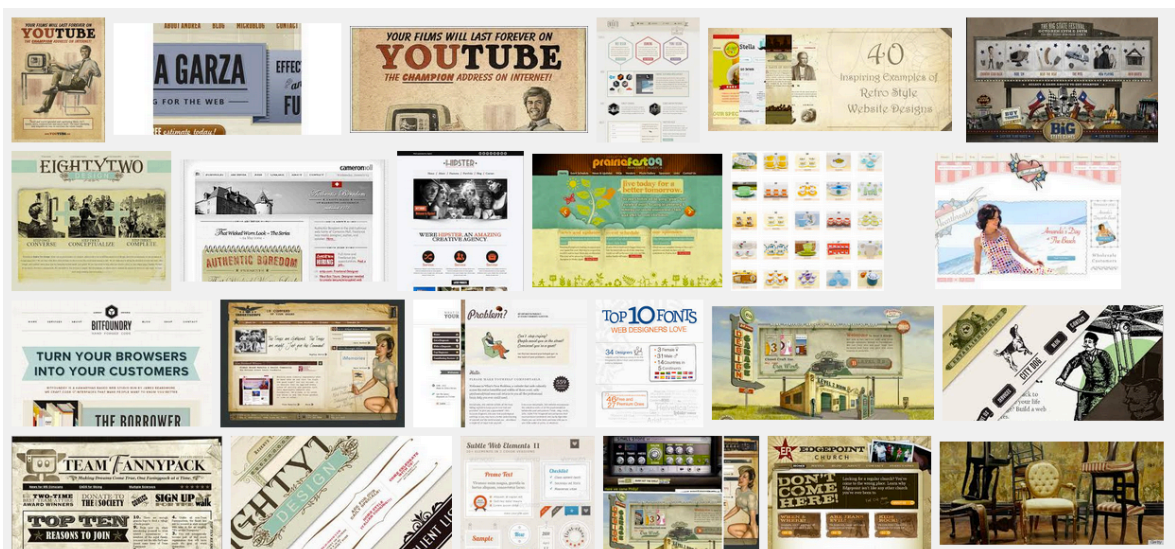
odstraňovať duševnú únavu. Žltú majú radi ľudia spontánni, plní nádejí a očakávaní. Na druhej strane však dosť unavuje oči, a preto záleží na odtieni. Takisto jej využitie môže byť ako podklad, tak oživujúce doplnky. Zaujímavosťou je, že v arabských krajinách sa nepoužíva, pretože je symbolom judaizmu.

Tyrkysová

Upokojujúca, emocionálne liečenie, ochrana, osviežujúca, sofistikovaná. Tyrkysová je rovnako populárna u mužov i žien. V kombinácii s bledoružovou a svetlofialovou sa zaužíva pre ženský vzhľad webu. So šedou, striebornou a hnedou vytvára vzhľad serióznosti a vitality. S oranžovou alebo žltou vytvára inovatívny, svieži obraz, vhodný pre športovo orientované stránky.

Pastelové „retro“

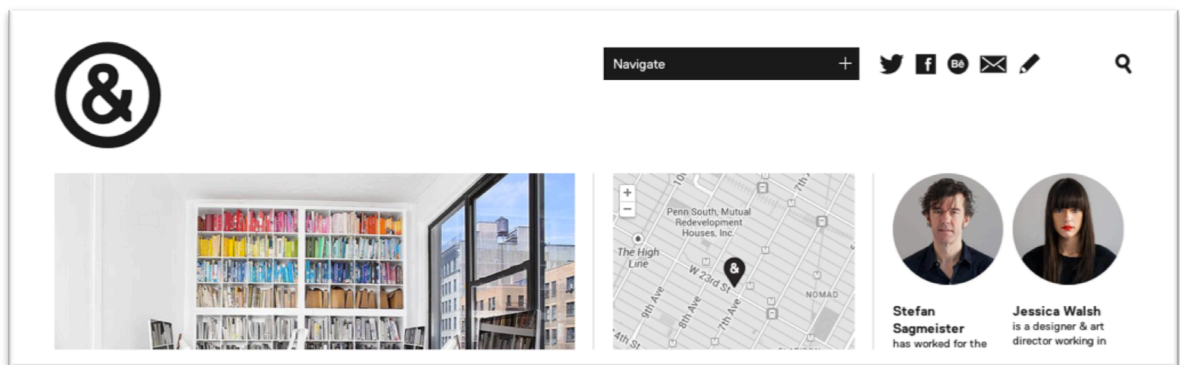
Rada by som spomenula ešte jeden zaujímavý trend, ktorým je štylizácia stránok do štýlu vintage, hipe a retro. Jedná sa o stránky, ktoré sú veľmi populárne, schémy farieb a grafiky nie sú ani príliš nudné, ani príliš farebné. Prelínanie modernej grafiky a starých vzorov vzbudzuje v ľuďoch tendenciu združovať hodnoty webu s klasickými – takými, ktoré pochádzajú z doby, keď bol život oveľa jednoduchší. Farebnosť je väčšinou pastelová, teplá až romantická, používa rôzne textúry a štylizácie.



Obr. 9: Prehľad stránok retro a vintage.

2.7 Tvary, vzory a ich význam vo virtuálnom priestore

Každý zo vzorov, ktoré sa vyskytujú vo svete skrýva v sebe určitú symboliku, ktorá sa prenáša samozrejme aj na web. Pri výbere tvarov na web je dobré používať jeden štýl a taktiež je potrebné rozhodnúť sa, čo vyjadriť. Nie je celkom vhodná globálna kombinácia oblých a veľmi guľatých okrajov a ostrých tvarov, pretože to jednak vizuálne zle vplyva pri spracovaní informácií mozgom v strednom mozgu, ale aj konečný efekt nemusí pôsobiť vkusne a čisto. Nie je to však podmienkou. Ak zvolíme variantu prevažne jeden štýl tvaru a malý výskyt iného, môže to pôsobiť bezproblémovo. S tvarmi je potrebné sa hrať a zvoliť primeranú variantu toho, čo si môžeme dovoliť a kam zájsť. Oblé tvary a zaoblené rohy na webe – tento štýl bol v istej etape rokov 2010 až 2011 celkom v móde, no postupne sa vytráca aj keď opäť môžeme dávať do popredia individualitu ako takú. V súčasnosti je v kurze kombinácia nižšie spomínaného štvorca a obdĺžnika a len mierne oblých tvarov a zaoblených rohov.



Obr.10: Ilustrácia rôznych geometrických tvarov štúdia Sagmeister & Walsh.

Štvorec a obdĺžnik

Tieto tvary symbolizujú istotu, stabilitu, dôveru a serióznosť. Je možné všimnúť si, že pre tento tvar napr. aj pri logách sa rozhodujú banky či rôzne finančné inštitúcie alebo podniky. Ako celok je veľmi vhodné používať tento typ tvaru aj globálne na web. Pri vhodnej aplikácii do produktu a zapracovania bude výsledná práca čistá a prehľadná.

Kruh

Kruhové vzory sa na weboch využívajú veľmi málo. S kruhom sa možno stretnúť pri logách, špeciálnych input tlačítkách či rôznych nálepkách, ktoré symbolizujú akciu alebo

niečo extra. Kruh ma vo všeobecnosti symboliku energie a zmyselnosti. V poslednom čase som si tiež na viacerých sieťach (spotify, whatsapp, google...) všimla využitie fotografie/obrázku v kruhovom útvare ako symbol autora/subjektu/kontaktnej osoby.

Trojuholník

Symbolizuje duchovno ale aj tajomnosť. Na webe sa veľmi nepoužíva do stavby webu. Stretnúť sa s ním dá väčšinou najmä pri logách či navigáciach, alebo ako súčasť iného subjektu či geometrického tvaru, napríklad symbol zahnutého rohu dokumentu a pod. Tvary a farby nám ukazujú svoju tvár, presne takú, akú ju chceme mať a vidieť.

[8] Zdroj: Internet, <http://www.zajtra.sk/dizajn/246/psychologia-a-web-farby-a-tvary-su-casto-rozhodujucim-faktorom-2>, dátum aktualizácie: 3.7.2011, dátum citácie: január 9th, 2014, 3:34 pm

2.8 Komunitné siete, ktoré (ne)poznáme

www.Aftersilence.org

After Silence: An Online Support Group for Survivors of Sexual Violence

After Silence obsahovo prináša veľa zaujímavých informácií o problematike sexuálneho násillia, ako aj priestor pre komunitu, ktorá vznikla a je mnohopočetná. Stránka má anglickú a španielsku jazykovú mutáciu. Je rozdelená na verejne prístupnú platformu a “chránený” priestor pre zaregistrovaných užívateľov.

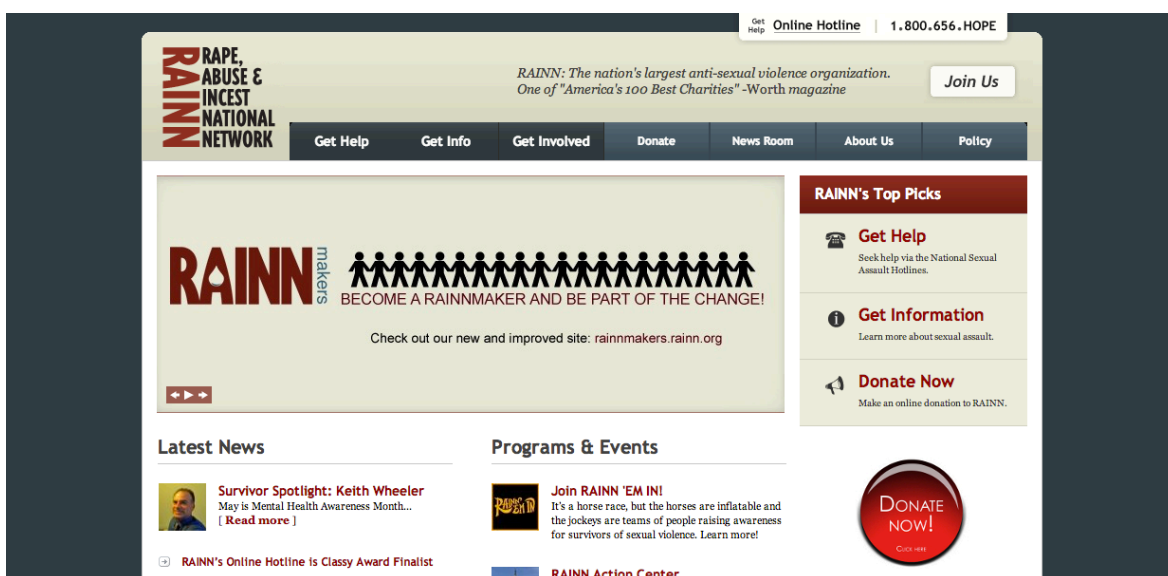
Farebne je úvodná stránka ladená v hnedo-modrej kombinácii s výrazným obrázkom lotosového kvetu v dlaniach, čo symbolizuje pocit bezpečia. Podľa môjho názoru stránka obrazovo nereflektuje tému, ktorou sa zaoberá. Na prvý pohľad mi pripomínala stránku zaoberajúcu sa ezoterikou a homeopatickou liečbou, dizajn pôsobí lacno. Obsahovo je však prepracovaná veľmi detailne, štruktúra je prehľadná a využíva aj tzv “keywords” – vyhľadávanie podľa kľúčových slov. Prekvapil ma dizajn chatovacieho fóra, ktoré je veľmi jednoduché, bielo-modré a prehľadné. Celá stránka evidentne splňa svoje poslanie, i keď je očividné, že nedodržiava žiaden jednotný vizuálny štýl.



Obr.11: Úvodná stránka aftersilence.org.

www.rainn.org

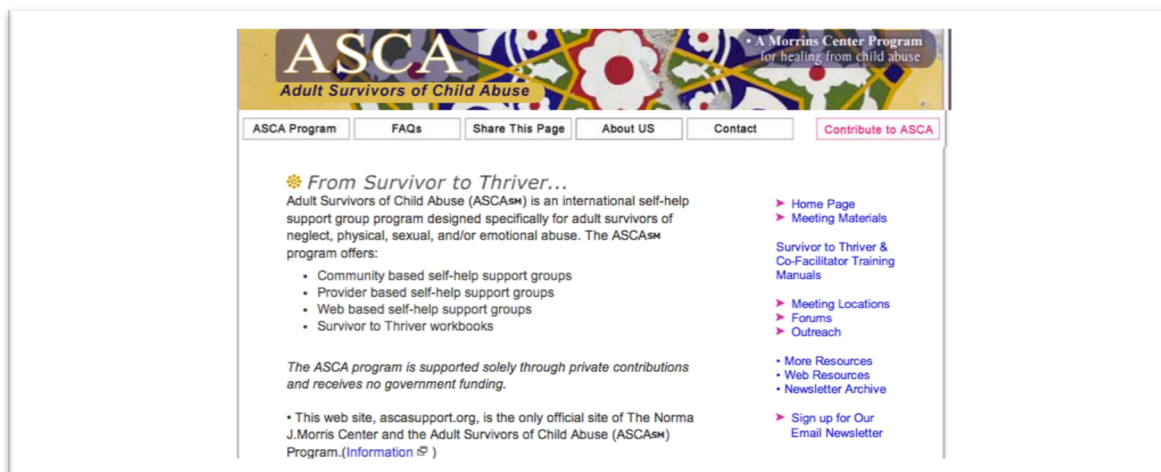
RAINN: Rape, Abuse and Incest National Network (znásilnenenie, zneužívanie, a incest – národá sieť pomoci) The nation's largest anti-sexual violence organization. Táto stránka je dizajnérsky asi najpestrejšia a najďalej v tejto téme. Má naozaj rozsiahly textový obsah a je to komplexná sieť podpory, ktorá má medzinárodnú pôsobnosť a tak sa aj prezentuje. Dominujú farby: červená, okrová a tmavosivá. Stránku oživujú štyri meniace sa banery a reklamy na ďalšie podporné organizácie. Farebnosť v tomto smere mi trochu pripomína regionálny i-denník. Táto stránka neponúka možnosť zdieľania zážitkov, skôr sa orientuje na posúvanie informácií a ako akýsi “rozcestník”.



Obr.12: Úvodná stránka rainn.org.

www.ascasupport.org

ASCA: Adult Survivors of Child Abuse (Dospelí zasiahnutí zneužívaním v detstve), Ako samotný názov napovedá, ide o stránku venovanú osobám, ktoré boli vystavené sexuálnemu nátlaku a násiliu v detstve. Obsahuje obmedzené množstvo fór, ale pôsobí užívateľsky nepriateľským dojmom s takmer absentujúcou grafickou úpravou. Mám podozrenie, že stránku už nikto neadminuje a tým pádom je mŕtva.



Obr.12: Úvodná stránka ascasupport.org.

www.malesurvivor.org

Overcoming Sexual Victimization of Boys and Men (Prekonanie sexuálnej viktimizácie chlapcov a mužov). Ako už podtitul napovedá, ponúka pomoc hlavne mužom, ktorí prežili poníženie. Dizajn je modro-béžový, interface fór je trochu zložitý a preplnený informáciami. Úvodná stránka je prehľadná, no podľa môjho názoru príliš tmavá a temná, pôsobí depresívnym dojmom.



Obr.13: Úvodná stránka malesurvivor.org.

www.persefona.cz

Služby obětem domácího a sexuálního násilí. Persefona je rozsiahlou stránkou, ktorá rieši okrem domáceho násilia takisto násilie sexuálne, množstvo informácií je rozdelené do prehľadnej štruktúry. Neexistuje tu ale žiadne podporné fórum ani iný odkaz, ktorý by ponúkal takúto funkciu. Farebnosť je bielo-oranžovo-červená. Pripomína mi to nejaký internetový obchod, alebo niečo súvisiace s gastronómiou či stravovaním.

The screenshot shows the homepage of Persefona. On the left is a vertical navigation menu with yellow buttons and red arrows. The main content area has a white background with a grey header. The header contains the Persefona logo (a stylized 'G' in a square) and the text 'Persefona'. To the right of the logo, there is a red text block: 'služby obětem domácího násilí - sexuálního násilí - znásilnění'. Below the header, the text 'Persefona o. s.' is followed by a paragraph describing the organization's services. Below that is a section titled 'poslední přidané aktuality:' with four bullet points, each starting with a yellow circle icon.

Obr.14: Úvodná stránka persefona.cz.

2.9 www.nemlčme.sk

Združenie Nemlčme vzniklo na základe série blogov, ktoré uverejnila Dália Gregorová na blog.sme.sk v októbri 2013. Vo svojich článkoch ragovala na kontroverzné vyhlásenia hovorca hnutia "Pro Life" Tomáša Kováčika o zákaze interrupcií bez výnimky (t.j. ani po znásilení). Pani Gregorová prežila znásilnenie a následné vyšetrovanie na polícii, odsúdenie páchatel'a a prešla si terapiou. V blogoch zverejnila svoj príbeh i názor na interrupcie a slobodnú voľbu ženy. K jej výpovedi sa pridali stovky žien, ktoré majú podobný zdruvujúci zážitok a v anonymných komentároch sa spovedali verejnosti, aby podporili myšlienky, ktoré Gregorová opisuje na svojom blogu. Neboli to iba ženy, ale aj muži, ktorí boli sexuálnym násilím zasiahnutí v detstve, či rodinní príslušníci obetí. Všetci títo ľudia potrebujú o téme sexuálneho násilia rozprávať a upozorňovať na tento problém, ktorý sa deje na celom Slovensku potichu, a len mizivé percento zasiahnutých sa prizná a oznámi túto skutočnosť polícii. Celá téma je tabuizovaná a obeť majú málo informácií o tejto

problematike. Spoločnosť navyše rozširuje mýty o tom, že “obet’ za znásilnenie môže sama” a podobne.

Aby sa prelomilo ticho a postoj verejnosti sa zmenil, vzniklo združenie Nemlčme.

Vytýčili sme si nasledovné ciele:

- vzdelávanie verejnosti o téme sexuálneho násillia
- komplexná podpora obetí sexuálneho násillia
- psychologické poradenstvo pre obeť sexuálneho násillia a ich blízkych

Na uskutočnenie cieľov budú združeniu slúžiť najmä tieto činnosti:

- publikovanie informácií na internetovej stránke,
- uskutočňovanie prednášok na školách, v nemocniciach a pre orgány činné v trestnom konaní,
- získavanie prostriedkov na uskutočnenie cieľov združenia,
- psychologické poradenstvo
- vzdelávanie občanov, organizovanie školení,
- vykonávanie podnikateľskej činnosti ako doplnkovej činnosti zameranej naplnenie uvedených cieľov.

Cieľová skupina

Vo svojom projekte nemlčme.sk som dostala relatívne voľnú ruku v tom, aký vizuál navrhnem. Podmienkou bol názov a fakt, že stránka má mať charakter humanitnej terapeutickej pomoci, takže by sa mala uberať skôr striedmejším – dôveryhodným smerom.

Cieľovými skupinami v tomto prípade sú:

- Široká verejnosť – Chceme osloviť čo najširšiu skupinu ľudí s prístupom na internet a informovať ich o tom, kto sú zasiahnutí, koľko sa ich v spoločnosti vyskytuje a ako im môžu pomôcť prekonať traumy a vyhľadať pomoc)
- Zasiahnutí – Všetky osoby, ktoré sa vo svojom živote stretli so sexuálnym násillím, či už majú vlastné skúsenosti, alebo sú to blízki priatelia či príbuzní takýchto osôb a traumatizujúci zážitok sa ich priamo dotýka. Takéto osoby sa

často nemajú na koho obrátiť, nemajú sa komu zdôveriť, a zostávajú často žiť so svojou traumou sami, trápia sa sebaobviňovaním, čo väčšinou vedie k psychickým problémom.)


Vlastný prieskum farebnosti

V otázke farebnosti sme sa v tíme zhodli na základnom kontraste čiernej a bielej. Okrem tejto základnej kombinácie som potrebovala do celého vizálu dostať ďalšiu farbu, alebo dve, ktoré by projektu dodávali osobitosť a udávali jasný tón, ktorým chceme komunikovať. Mojim cieľom bolo navrhnúť stránku, ktorá pôsobí dojemom bezpečia a pomoci, spoľahlivosti a serióznosti, s prihliadnutím na fakt, že sa primárne jedná o ženskú záležitosť. Mali by sme rátať aj s tým, že sa na stránke vyskytne určité percento mužov, ktorých by farebnosť nemala odradzovať.

Rozhodla som sa pre odtieň oranžovo-ružovej, ktorý pripomína odtieň svetlej pokožky, ktorá je blízka ženám aj mužom. Mojim zámerom bolo vzbudiť dojem nahoty, niečoho osobného a zraniteľného, ale zároveň pružného a energického. Túto farbu okrem ikon nesú aj ilustračné fotografie, ktoré budú klásť dôraz na pokožku a jej čistotu. Keďže som nikde nenašla definíciu takéhoto farebného odtieňa a nebola som si istá, či táto farba bude pochopená aj bežným používateľom, rozhodla som sa spraviť vlastný prieskum. Ten prebiehal pomocou portálu vyplnuto.cz.

Prieskum mal dve otázky a zúčastnilo sa ho v priebehu 7 dní 375 respondentov z Českej a Slovenskej Republiky. Otázky vyzerali nasledovne:

povinná otázka



1. Vyberte prívlastok, ktorý definuje túto farebnú škálu:
Zvoľte aspoň jednu možnosť, maximálne 5 možností.

- studené
- teplé
- výrazné
- nevýrazné
- pocit bezpečia
- pocit neistoty
- osobné
- neosobné
- Vlastná odpoveď:

Obr.15: Otázka č.1.

Z výsledkov výskumu som zistila, že: Najviac respondentov zhodnotilo farebnosť ako nevýraznú (55,7%), teplú (41,7%), osobnú (32 %), vyvolávajúcu pocit bezpečia (20,2 %).

povinná otázka



2. Aké zamerania by ste priradili k tomuto vizuálu?
Zvoľte aspoň jednu možnosť, maximálne 4 možnosti.

- ľudské práva
- zdravie
- sociálny servis
- téma násilia
- politika
- veda a technika
- Vlastná odpoveď:

Obr.16: Otázka č. 2.

Respondenti chápali základný vizuál najviac ako týkajúci sa témy násilia (76,27%), ľudských práv (74,67%), a politiky (24%), ďalej zdravia a sociálneho servisu. Celkový počet respondentov bol 375 ľudí. Doba trvania prieskumu bola jeden týždeň a to od 09. 01. 2014 do 16. 01. 2014.

Na základe týchto poznatkov som došla k záveru, že vizuál stránky na ľudí pôsobí dôveryhodným dojmom a pocitom bezpečia, ktorý je v takomto druhu kampane dôležitý. Preto sa ho budem držať aj v mojej praktickej časti práce.

[9] Zdroj: Internet, <http://www.vyplnto.cz/moje-pruzkumy/?did=36014>, dátum aktualizace: 16.1.2014, dátum citácie: 9. marec 2014, 6:38 pm

II. PRAKTICKÁ ČASŤ

3 JEDNOTNÝ VIZUÁLNY ŠTÝL „NEMLČME“

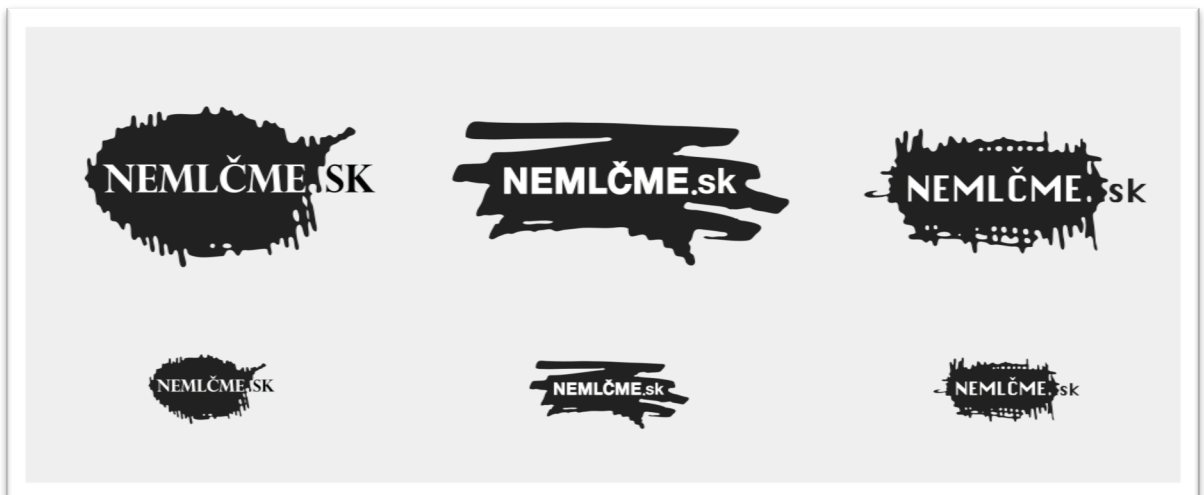
Na základe podrobného rešeršu o problematike komunitných sietí som dospela k záveru, že tento projekt potrebuje citlivý prístup, dávku empatie s potenciálnymi používateľmi a v neposlednom rade vedomosti z rôznych oblastí psychológie a sociológie, týkajúce sa používania webu. V tejto časti práce sa teda usilujem zúročiť všetky informácie, ktoré som zhromaždila a použiť ich v prospech projektu tak, aby čo najviac podporili fungovanie a celú myšlienku nemlčme.sk. I keď nie osobne, cítim sa byť zasiahnutá celou problematikou a uvedomujem si, že moja práca môže reálne pomôcť zlepšiť život ľuďom, ktorí to potrebujú. Preto som sa snažila navrhnúť design tak, aby vyzdvihoval všetko potrebné a bol jasne definovaný aj pre laickú verejnosť, aby forma nasledovala funkciu.

3.1 Logo, vizuál

Názov občianskeho združenia „Nemlčme“ a jeho význam si môžu ľudia vykladať rozlične. Za týmto združením stojí tím ľudí, ktorí si toto slovo zvolili za najcharakteristickejšie pre celú problematiku a je zároveň otázkou aj odpoveďou. Otázkou pre tých, ktorí sa s ním stretnú prvý krát a nepoznajú pozadie projektu – v nich toto slovo vzbudzuje potrebu dozvedieť sa, prečo nemajú mlčať. Odpoveďou zasa môže byť pre tých, ktorí hľadajú riešenie problému.

Rozhodla som sa preto navrhnúť univerzálne, jednoducho čitateľné logo, ktoré by bolo zároveň adresou komunitného portálu. Každý, kto ho uvidí, sa teda bude zaujímať o čo vlastne ide a hneď si aj bude môcť vyhľadať bližšie informácie na konkrétnej adrese.

Čierno – biela farebná kombinácia funguje ako neutrálna a „jasná správa“, v printovom aj vo virtuálnom prostredí. Celé logo pripomína akúsi „komixovú bublinku“, ktorá jednak svojím „počarbaným“ charakterom vystihuje tabuizáciu/cenzúru citlivej témy, no svojím tvarom dáva priestor diskusií.



Obr.17: Tri pôvodné návrhy pre logo nemlčme.sk.

Túto ideu ešte viac zvyrazňuje vizuál, ktorý je kombináciou loga a portrétu tváre, kde logo zakrýva ústa. Telová farba, jasné svetlo a črty tváre/záhyby kože dodávajú celému vizuálu citlivosť, osobnosť, blízkosť a dôveryhodnosť. Bezpätkové verzáľkové písmo na tmavom podklade (helvetica) je jasne čitateľné v rôznych veľkostných variantoch a svieti, akoby kričalo.

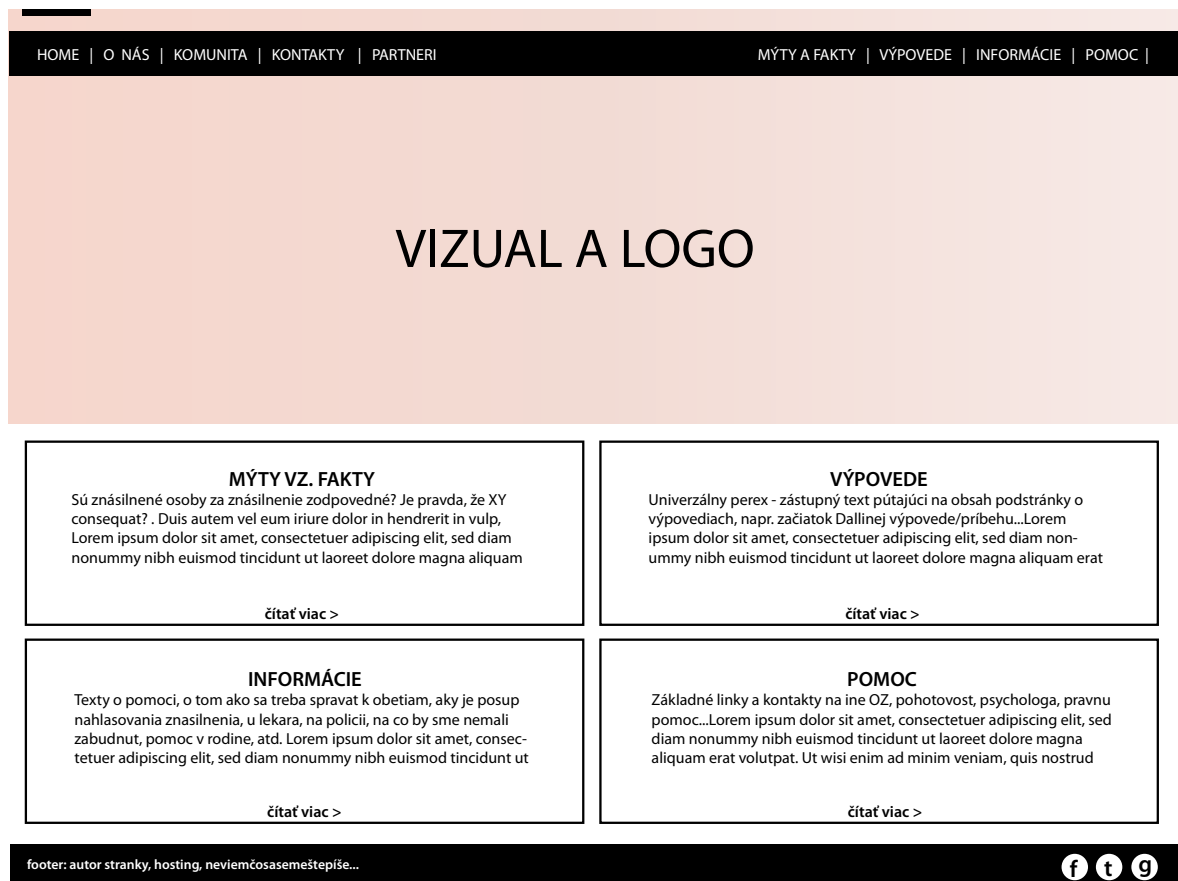


Obr.18: Kompozícia loga a fotografie.

3.2 Web, digital

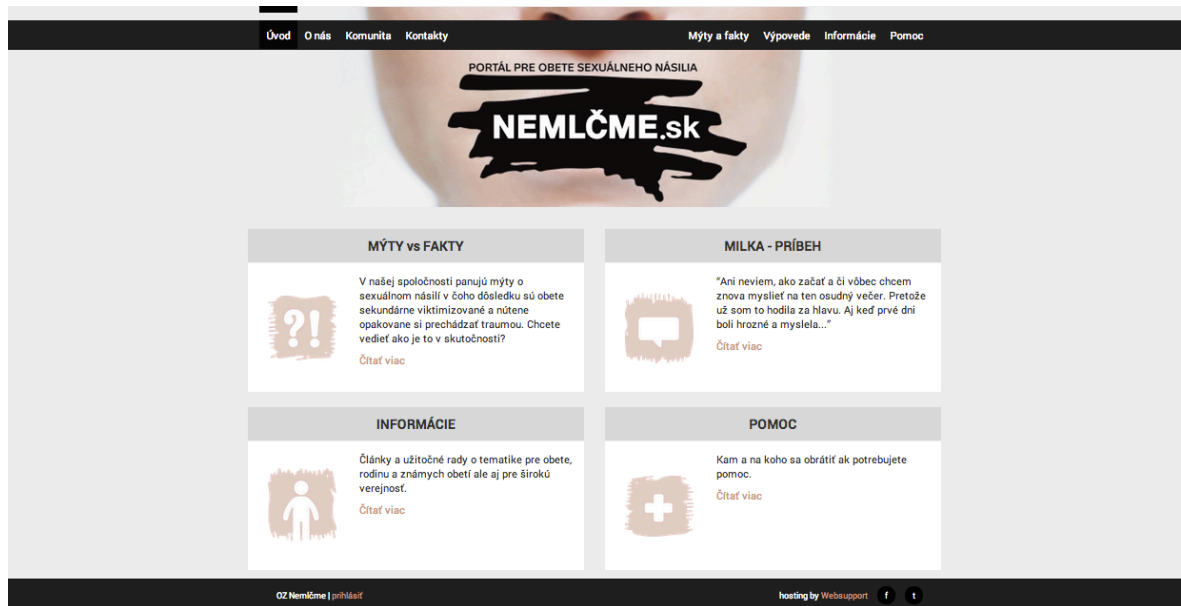
Web je vnútorne rozčlenený na dve hlavné časti. K prvej má prístup široká verejnosť, k druhej iba registrovaní používatelia.

Vizuálne sa však delí na viacero častí, pretože bude obsahovať bohatý textový obsah a preto som sa snažila celý štruktúru navrhnuť čo najprehľadnejšie.



Obr.19: Prvý „nástrel“ stránky.

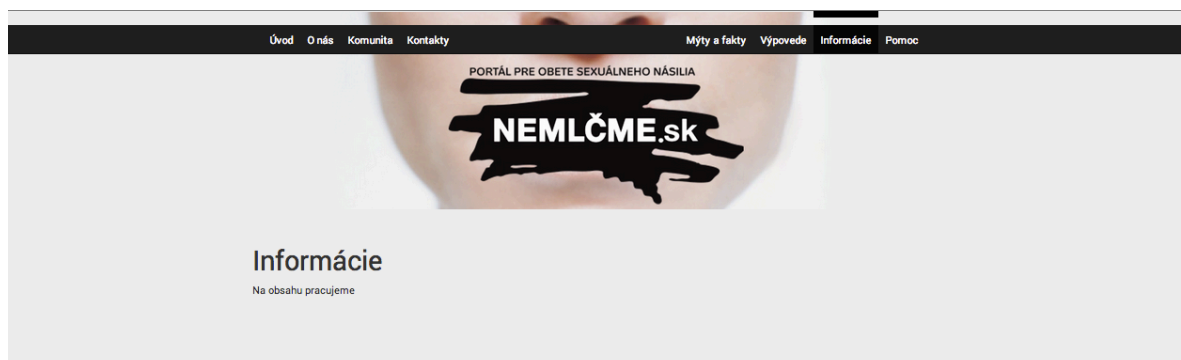
Stránke dominuje čierna lišta umiestnená ako statická hlavička (udržiava sa na svojom stanovišti i keď stránkou scrollujeme hore-dole), na ľavej strane sa nachádzajú kategórie „úvod, o nás, komunita, kontakty“, na pravo sú to „ mýty a fakty, výpovede, informácie, pomoc“ ktoré sú zapracované aj do úvodného obsahu stránky. Stránku uzatvára footer podobný hlavičke. Stred stránky rozdeľuje výrazný vizuál pripojený k hlavičke, ktorý nás správdza celým prezeraním stránky.



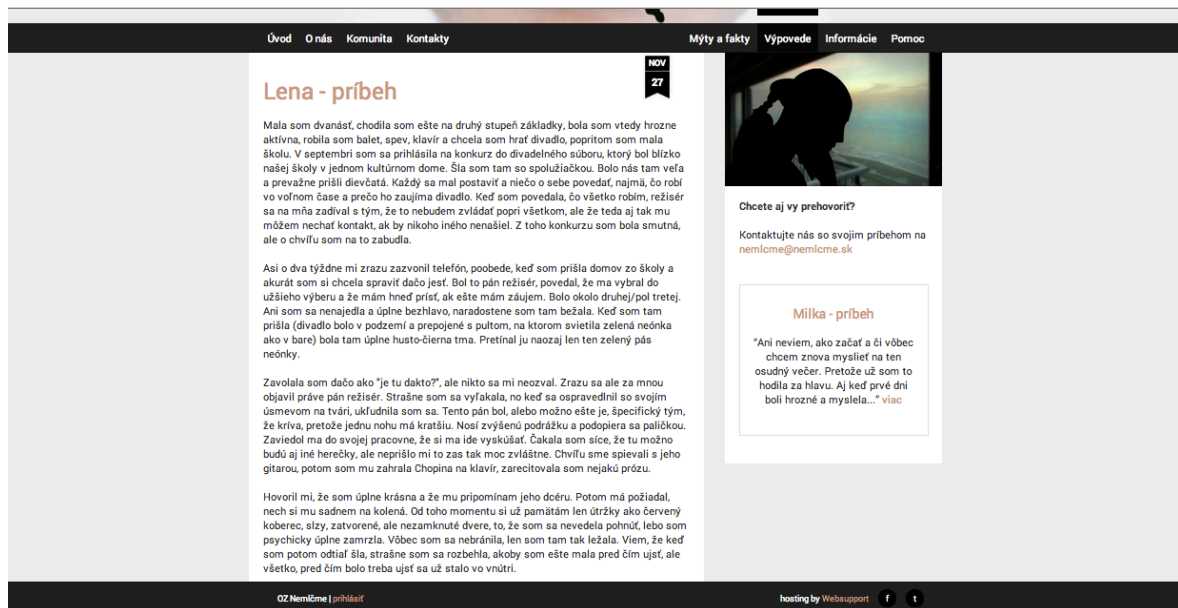
Obr. 20: Pracovná verzia stránky v štádiu testovania – úvod.



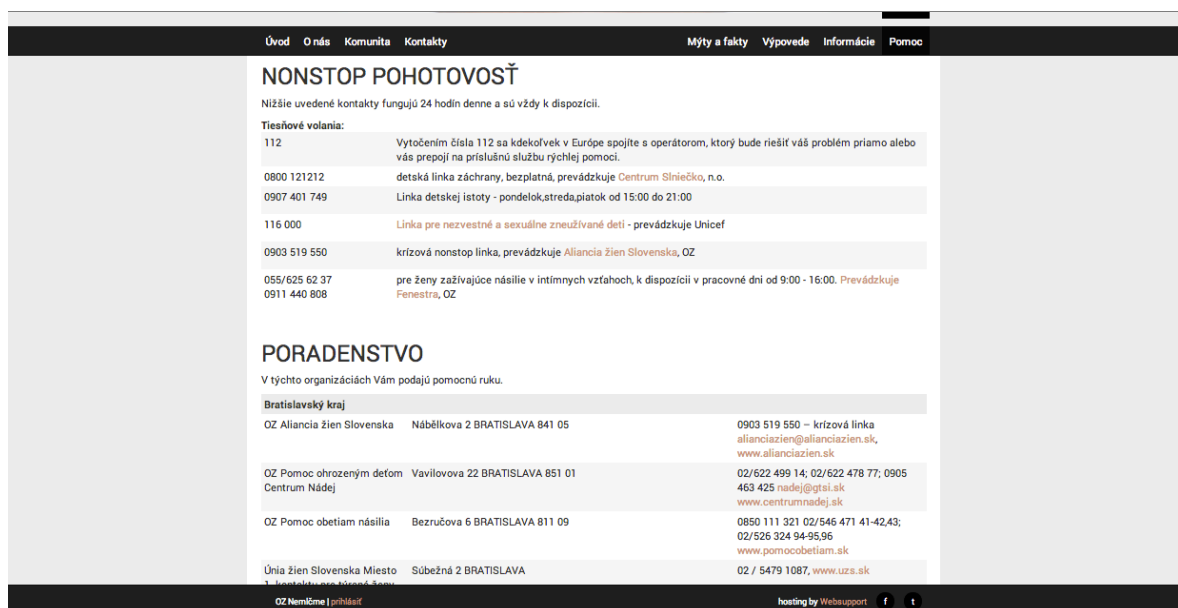
Obr. 21: Pracovná verzia stránky v štádiu testovania – mýty verzus fakty.



Obr. 22: Pracovná verzia stránky v štádiu testovania – informácie.



Obr. 23: Pracovná verzia stránky v štádiu testovania – výpoveď.



Obr. 24: Pracovná verzia stránky v štádiu testovania – sekcia pomoci.

Úžívateľské prostredie a diskusné fóra taktiež nesú jednotnú bielu, sivú a telovú farebnosť. Majú kaskádový charakter, písmo celej stránky je vysadené z rodiny Roboto, patriace medzi google fonty, v rozličných primeraných veľkostiach.



Obr. 25: Ukážka free web fontu Roboto.

3.3 Merkantílie

Merkantíliami by sme mohli nazvať povinné prvky každého vizuálu. V prípade nemlčme je to hlavičkový papier organizácie, základná šablóna pre vizitku, obálka. Do tejto kategórie by som ale zaradila aj ďalšie aplikácie loga a vizuálu, ako napríklad informačná brožúra a leták, plagát/vizuál na event organizovaný združením, aplikácie loga na rôznych, aj neštandardných produktoch/v priestore, návrh designu informačného stánku, polep automobilu a pod. Používa taktiež rôzne rezy rodiny Roboto.

3.4 Kampaň, virálne šírenie

V tejto časti by som sa chcela zamerať na ďalšie smerovanie propagácie webu. Okrem designu sa zaujímam aj o marketing a popri navrhovaní komplexného vizuálu som vymyslela niekoľko konceptov, ktoré by celý projekt mohli posunúť ešte ďalej – medzi ľuďmi. Realizácia týchto kampaní je rôzne finančne náročná, keďže sa jedná o neziskovú organizáciu, snažila som sa rozmyšľať ekonomicky a využiť všetky dostupné prostriedky, ktoré ponúkajú sociálne siete.

Jedným z nich je generátor profilových fotografií ako aplikácia na facebooku, ktorou by známe osobnosti a „trendsetteri“ mohli podporiť náš projekt a tým by rozšírili myšlienku „nemlčme“. Tá by generovala profilové obrázky. Fungovalo by to tak, že by vloženému portrétu pridávala namiesto úst znak so slovom "NEMLČÍM!". Človek by si mohol sám prispôbiť veľkosť a polohu nápisu na svojej tvári. Ostatní známi by potom mohli túto aplikáciu sledovať a zdieľať, dozvedieť sa čo znamená “nemlčať”.



Obr. 26: Príklad funkcie generátora profilových fotiek.

ZÁVER

Je čas zhrnúť dosiahnuté výsledky a poznatky, ku ktorým som v tejto práci dospela. Mojm hlavným cieľom bolo analyzovať celú problematiku a vytvoriť si vlastný názor na to, či je možné reálny zážitok komunity a komunitnej siete preniesť plnohodnotne do virtuálneho prostredia.

Myslím si, že je to možné. Internet ako médium, či komunikačný prostriedok má svoje výhody aj nevýhody, ktoré musí každý jedinec posúdiť sám. Za najväčšie benefity osobne považujem anonymitu, ktorá dáva priestor väčšej úprimnosti a otvorenosti v niektorých komunitách. Okrem toho virtuálne komunity spájajú ľudí bez rozdielu pohlavia, bydliska či náboženstva – každý môže byť tým, kým naozaj chce a všetko je možné, skoro všetko je dovolené.

Tieto možnosti samozrejme prinášajú aj svoje riziká. Ľudská psychika je vo svojej podstate veľmi krehká a pokiaľ sa rovnováha naruší, môžeme rátať so sklonmi k psychickej sebedeštrukcii. Mali by sme si to uvedomiť a predchádzať chybám, ktorým môžeme čeliť jedine vtedy, ak poznáme príčiny ich vzniku a dôsledky. Preto som do práce zahrnula kapitolu o psychickej závislosti od činností na internete. Považujem túto tému za dôležitú a úzko spätú s danou problematikou najmä v poslednom desaťročí.

Okrem toho som sa zamerala aj na grafický design a vizuálnu stránku rôznych svetových sietí, ktoré udávajú trend a ovplyvňujú aj tie “tuzemské”. Zmapovala som štatistiky návštevnosti, farebnosť i geometrickú stavbu, prepojenie medzi vizuálnou a funkčnou stránkou. Dozvedela som sa, že aj tie najúspešnejšie projekty majú svoje “temné” zákutia, a že vo veľa prípadoch ide design bokom, musí ustúpiť funkcionalite. Návrh fungujúceho komunitného servera nie je práca na jeden týždeň, či mesiac. Je to neustály rast, vývoj, testovanie, a spolupráca rôzneho spektra ľudí, kde designér je často pojidlom medzi textovým obsahom a výsledným kódom. Občianske združenie Nemlčme vzniklo v novembri 2013, a do dnešného dňa sa podarilo okrem získania grantov a podpory navrhnuť a naprogramovať obstojnú pracovnú verziu stránky, ktorá plnohodnotne informuje verejnosť o danej problematike a možnej pomoci.

Funkciu komunitnej siete zatiaľ neplní. Združeniu sa do dnešného dňa podarilo spustiť iba skúšobnú verziu pre testovacie účely. Až keď táto komunita “ožije”, budem považovať tento projekt za úspešný.

ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV

- str.8:** [10] Zdroj: internet, <http://sk.wikipedia.org/wiki/Komunita>, dátum aktualizácie: 11. august 2013, dátum citácie: januar 9th, 2014, 12:10 am
- str.9:** [11] Zdroj: internet, <http://komunity.vseti.sk/>, dátum aktualizácie: 18. jún 2008, dátum citácie: 9. január, 2014, 12:00 am
- str.10:** [12] Zdroj: internet, http://sk.wikipedia.org/wiki/Socialna_skupina, dátum aktualizácie: 10. marec 2013, dátum citácie: 10. január 2014, 05:29 pm
- str.10:** [13] Zdroj: internet, <http://www.zones.sk/studentske-prace/pedagogika/5201-socialna-siet-typy-factory-rozdiely/>, dátum aktualizácie: 14.08.2011, dátum citácie: 9. január 2014, 12:05 am
- str.14:** [14] Zdroj: internet, <http://www.zodpovedne.sk/kapitola3.php?kat=zavislosti1>, dátum aktualizácie: neznámy, dátum citácie: 20. apríl 2014, 12:00 am
- str. 25:** [15] Zdroj: CHATFIELD, Tom. *Digitálny vek: 50 myšlienok, ktoré by ste mali poznať*. 104 s. ISBN 978-80-556-0878-5.
- str. 27:** [16] Zdroj: Internet, <http://www.zajtra.sk/dizajn/246/psychologia-a-web-farby-a-tvary-su-casto-rozhodujucim-faktorom-2>, dátum aktualizácie: 3.7.2011, dátum citácie: 9. január , 2014, 15:34am
- str. 32:** [17] Zdroj: Internet, <http://www.zajtra.sk/dizajn/246/psychologia-a-web-farby-a-tvary-su-casto-rozhodujucim-faktorom-2>, dátum aktualizácie: 3.7.2011, dátum citácie: január 9th, 2014, 3:34 pm
- str. 39:** [18] Zdroj: Internet, <http://www.vyplnto.cz/moje-pruzkumy/?did=36014>, dátum aktualizácie: 16.1.2014, dátum citácie: január 9th, 2014, 6:38 pm

ZOZNAM OBRÁZKOV

str.15: Obr.1 a 2: Verzia globe.com z roku 1996 a 2005.

str.16: Obr. 3 a 4: Príklady „ľudovej tvorby“ a profesionálneho designu na myspace.com.

str.18: Obr. 5 a 6: Verzia azetu z roku 2002 a 2013.

str.19: Obr. 5 a 6: Verzia kyberie z roku 2004 a 2014.

str.18: Obr. 7: Takto vyzerala úplne prvá stránka v histórii.

str. 28: Obr. 8: Najpopulárnejšie stránky na webe sú modré.

str. 30: Obr. 9: Prehľad stránok retro a vintage.

str. 31: Obr.10: Ilustrácia rôznych geometrických tvarov štúdia Sagmeister & Walsh.

str. 33: Obr.11: Úvodná stránka aftersilence.org.

str. 34: Obr.12: Úvodná stránka rainn.org.

str. 34: Obr.12: Úvodná stránka ascasupport.org.

str. 35: Obr.13: Úvodná stránka malesurvivor.org.

str. 35: Obr.14: Úvodná stránka persefona.cz.

str. 38: Obr.15: Otázka č.1.

str. 42: Obr.17: Tri pôvodné návrhy pre logo nemlčme.sk.

str. 42: Obr.18: Kompozícia loga a fotografie.

str. 43: Obr.19: Prvý „nástrel“ stránky.

str. 44 – 45: Obr. 20 – 24: Pracovná verzia stránky v štádiu testovania.

str. 46: Obr. 25: Ukážka free web fontu Roboto

str. 47: Obr. 26: Príklad funkcie generátora profilových fotiek.

