

# INFORMAČNÉ PRIESTORY

Milan Konvit

## Abstrakt:

Podoba informačného priestoru sa mení vzhľadom na aktuálne dominantné médium. V súčasnosti je takýmto médium (nové) digitálne médium. V tomto príspevku najskôr diskutujeme samotný koncept informačného priestoru a jeho definície. Potom analyzujeme podoby informačných priestorov a v závere sa zamýšľame nad relevantnými budúcimi trendmi.

**Kľúčové slová:** digitálne médium, informačný priestor, trendy

## 1. Koncept informačného priestoru

Pojem "informačný priestor" v sebe spája dva kvalitatívne odlišné pojmy: "priestor" a "informácia".

Vezmime ako axiómu tvrdenie, že fyzikálny priestor je naplnený hmotnými objektmi a platia v ňom prírodné zákony. Takéto videnie sa opiera o Descartov koncept priestoru. Podľa Descarta priestor existuje len za podmienky, že je naplnený objektmi.<sup>1</sup> Byť zaplnený objektmi preto považujeme za definičnú vlastnosť priestoru. Človek, aby takýto priestor dokázal kvantifikovať, t.j. určovať veľkosť a tvar objektov, ich vzdialenosť, usporiadanie a pod., zaviedol nad ním metriku.<sup>2</sup> Fyzikálny priestor spolu s časom rámcuje všetky aktivity človeka ako jednotlivca i človeka ako súčasť istej kultúry. Limity tu určujú hlavne fyzikálne zákony.

Analogicky predpokladajme, že informačný priestor je, podobne ako fyzikálny priestor, zaplnený informačnými objektmi.<sup>3</sup> Na rozdiel od reálnych objektov ale informačným objektom chýbajú Euklidovské rozmery. Preto ich musíme použiť inú metriku a popisovať ho inými parametrami. Každý informačný objekt je nositeľom informácie,<sup>4</sup> ktorá môže byť prezentovaná v rôznej podobe (audio, obraz, video, písané/tlačené symboly, atď.). Ide

---

<sup>1</sup> Opačná predstava, t.j. že priestor môže existovať sám o sebe, t.j. prázdny, nenaplnený objektmi, sa prieči našej každodennej skúsenosti. Takto ponímaný priestor by bol skôr základom Platónovho sveta ideí. Takýto „čistý priestor“ by bol tvorený len (myslenou) súradnicovou sústavou. Chybou krásy takejto predstavy je absencia onoho povestného pevného bodu vo vesmíre, v tomto prípade absencia počiatku súradnicového systému.

<sup>2</sup> Podľa normy ISO/IEC FDIS 9126-1:2000 metrika je presne definovaná metóda merania vrátane definovania rozsahu merania. Zavedením metriky si v našom prípade vytvoríme predpoklady pre definíciu pojmu vzdialenosť (objektov) v priestore.

<sup>3</sup> Podľa TDKIV je informačný objekt „Informace nebo skupina informací tvořících jednotný celek bez ohledu na typ nebo formát.“ Informačný objekt plní v informačnom priestore rolu stimulu, ktorý má schopnosť produkovať informáciu pre používateľa – pozri NEWBY, G. B. *Cognitive Space and Information Space* [online]. [cit. 2014-10-03]. Dostupné na: <http://www.petascale.org/papers/cogstats-withimages.pdf> „we consider documents and other information objects to be stimuli with the ability to produce information (i.e., resolve ambiguity) in the user.“

<sup>4</sup> Pojem „informácia“ tu budeme chápať ako zmysel vznikajúci interpretáciou abstraktných symbolov z dopredu dohodnutého súboru symbolov človekom.

o priestor, ktorý, hoci je vybudovaný nad hmotným substrátom (nosičom informácie), sa stáva vnímateľným až aplikáciou definovaných procedúr na informačné objekty.

Z pohľadu konceptualizácie sa podoba konceptu informačného priestoru mení podľa toho, či je vzťahovaný voči len jednému pozorovateľovi, alebo veľkému množstvu individuálnych pozorovateľov. V prvom prípade ide o subjektívny priestor, videný očami jednotlivca, v druhom prípade za informačný priestor považujeme zjednotenie takýchto videní, t.j. vlastne objektívny informačný priestor.

Vytvorením konceptu informačného priestoru získavame nástroj, ktorý nám umožní analyzovať ako informácie difundujú do sociosystému, aké sú trendy jej kodifikácie a abstrakcie.

Unifikovaný koncept pojmu „informačný priestor“ dodnes neexistuje. Jednotlivé koncepty sa navzájom líšia najmä stupňom integrácie človeka do informačného priestoru. Jedna skupina konceptov vidí informačný priestor ako objektívny priestor naplnený len takými informačnými objektmi, s ktorými dokážu pracovať IKT. Človek je z tohto priestoru vylúčený a hrá len rolu používateľa (konzumenta) informačného priestoru. Takýto koncept prezentuje napr. T.F. Berestová, Európska komisia (EK stratégia i2010), i niektoré odborné výkladové slovníky (Wictionary), atď. :

*„Informačný priestor sa vytvára historicky ako forma skoordínovaných a štruktúrovaných geograficky blízkych i vzdialených informačných zdrojov, kumulujúcich výsledky ľudskej komunikácie/činnosti a opierajúca sa o právne predpisy a IKT ktoré poskytujú najväčšiu mieru dostupnosti pre používateľa“<sup>5</sup>*

Berestová považuje (formalizované) informačné zdroje za najdôležitejší prvok informačného priestoru a navyše k nim pridáva aj prostredie – legislatívne i technologické. Podobný prístup zvolila Európska komisia v stratégii i2010, kde je (európsky) informačný priestor deklarovaný ako

*„Jednotný priestor, poskytujúci dostupné a bezpečné širokopásmové komunikácie s bohatým a pestrým obsahom a digitálnymi službami.“<sup>6</sup>*

Ide o komplexný koncept informačného priestoru, zdôrazňujúci komunikačný aspekt, prístup k informáciám i manipuláciu s nimi.

Druhú skupinu konceptov predstavujú koncepty, ktoré abstrahujú od typu informačného objektu a namiesto toho pracujú s abstraktnejším konceptom „informácia“.

Benyon chápe informačný priestor ako:

*„Celkový objem dostupných informácií o určitom predmete.“<sup>7</sup>*

---

<sup>5</sup> BERESTOVA, T.F. *Knižnica ako súčasť informačného priestoru (ku tvorbe koncepcie)*. [online]. [cit. 2014-10-03]. Dostupné na: [www.library.ru/1/kb/articles/article.php?a\\_uid=140](http://www.library.ru/1/kb/articles/article.php?a_uid=140)

<sup>6</sup> Podrobnejšie pozri [www.europa.eu](http://www.europa.eu)

<sup>7</sup> *Business Dictionary* [online]. [cit. 24.2.2012]. Dostupné na: <http://www.businessdictionary.com/definition/information-space.html#ixzz17G9htUMQ>

Takýto koncept chápe informačný priestor ako ad hoc vytvorený súbor z okolia prístupných informácií, pričom obsah súboru sa mení v závislosti od aktuálneho predmetu záujmu používateľa. Podľa nášho názoru najvšeobecnejším konceptom je Newbyho koncept:

„(Informačný priestor je) *súbor objektov/konceptov a relácií medzi nimi udržiavaných (informačným) systémom.*“<sup>8</sup>

Tu sa uberáme skôr Leibnitzovským smerom – „*Priestor je súborom vzťahov (relácií) medzi objektmi.*“ aj keď pojmy vzdialenosť a smer musíme nanovo definovať. Informačná veda chápe informačný priestor v zmysle Newbyho definície ako

„*Súbor konceptov a relácií medzi nimi udržiavanými informačným systémom.*“<sup>9</sup>

Koncept informačného priestoru možno, z pohľadu jeho realizácie, formálne popísať pomocou rovnakých charakteristík ako sa používajú pri popise informačného systému, t.j. pomocou procesov, povolených aktivít, javov a informačných artefaktov.<sup>10</sup>

## **2. Vzťah informačný priestor – fyzikálny priestor**

Aktivity zamerané na manipuláciu s hmotou (najčastejšie presun hmoty, napr. chôdza, jazda autom, prevoz tovarov, ale aj výroba materiálnych statkov, atď.), sa odohrávajú vo fyzikálnom priestore. Aktivity, zamerané na manipuláciu s informáciami (komunikácia informácií, spracovanie informácií, sprístupňovanie informácií,...) sa odohrávajú v priestore, ktorý nazývame informačným. Informačný priestor je tak, v zmysle dialektiky, protikladom fyzikálneho priestoru. Na druhej strane, aktivity vo fyzikálnom a informačnom priestore sú vzájomne previazané. Pohyb objektu (a všeobecne celá jeho existencia), vo fyzikálnom priestore je ovplyvňovaný výsledkom spracovania informácií z informačného priestoru. Rovnako človek podnety a radiace impulzy pre svoje aktivity vo fyzikálnom priestore (a je jedno, či ide o prácu, alebo relax), čerpá z informačného priestoru. V tomto kontexte môžeme fyzikálny a informačný priestor chápať ako komplementárnu dvojicu.

## **3. Vzťah informácia – informačný priestor**

Informácia je, z pohľadu konceptu informačného priestoru, dynamickým fenoménom. Všeobecne má množstvo informácií tendenciu s časom expandovať. Ďalšou dynamizujúcou vlastnosťou je schopnosť informácie šíriť sa/difundovať. Dynamickosť fenoménu informácie má priamy dopad na podobu informačného priestoru vo viacerých smeroch:

---

<sup>8</sup> Pôvodne Newby používal termín objekt aby ho neskôr nahradil pojmom koncept. NEWBY, Gregory. The necessity for information space mapping for information retrieval on the semantic web [online]. In: Information Research, 7 (4). 2002. [cit. 24.2.2012]. Dostupné na internete: <http://InformationR.net/ir/7-4/paper137.html>

<sup>9</sup> Táto definícia je uvedená v TDKIV. Jej uplatnenie si vyžaduje ďalej definovať pojmy koncept a informačný systém. Všeobecne pojem koncept vysvetľujeme ako ideu (v prenesenom slova zmysle i informáciu) reprezentujúcu istú realitu. „Informačný systém“ je súbor ľudí, technologických prostriedkov a metód, ktoré zabezpečujú zber, prenos, spracovanie a uchovávanie dát.

<sup>10</sup> Úlohou informačného artefaktu je umožniť záznam, uchovanie, prezentáciu, sprístupnenie a spracovanie informácie.

- s rastom objemu informácií rastie nielen veľkosť informačného priestoru, ale aj zložitosť jeho štruktúry,
- dôsledkom šírenia sa informácií je vznik identických kópií tej istej informácie na rôznych miestach informačného priestoru.<sup>11</sup>

Medzi aktuálnou podobou informačného priestoru a aktuálnou podobou informácie tak existuje silná korelácia (blízka funkčnej závislosti).

Ak by sme prijali hypotézu, že informáciou dokážu generovať a spracovávať nielen ľudia, ale aj objekty živej a neživej prírody, potom prakticky každý objekt (systém), ktorý dokáže komunikovať so svojim okolím (má príslušné senzory), by bol aj súčasťou informačného priestoru a spoluvytváral ho. Vznikol by tak univerzálny informačný priestor, ktorý by však bol tvorený dvomi vzájomne nekompatibilnými podpriestormi:

- informačný priestor pre ľudí,
- informačný priestor pre ostatné objekty živej a neživej prírody, resp. ešte všeobecnejšie, všetky ostatné objekty vo vesmíre.

Naopak, ak budeme vychádzať z predpokladu, že informácia je fenomén, vzťahujúci sa výlučne k človeku, potom obsah pojmu informačný priestor zredukujeme na tzv. kultúrny informačný priestor. Kultúrny informačný priestor vzniká ako produkt sémantickej činnosti ľudstva aplikáciou súboru procedúr na v ňom obsiahnuté informačné objekty a aktualizuje sa manipuláciou s obsahom týchto objektov. Informačný priestor, rovnako ako informácia, nie je statickým priestorom, ale agresívne expanduje, podobne ako plynné látky. Navyše, človek ho nemôže dať nabok, ignorovať ho, alebo sa od neho odstrihnúť. Človek je jeho tvorcom, jeho súčasťou, jeho pozorovateľom i používateľom a môže byť voči informačnému priestoru zároveň v pozícii pozorovateľa i pozorovaného objektu. Ako pozorovateľ sa snaží pre seba využiť obsah informačného priestoru. V roli objektu informačného priestoru funguje ako jeden z informačných zdrojov v informačnom priestore iného pozorovateľa. Tým ako postupne percentuálne narastá podiel „neživých“ informačných zdrojov v informačnom priestore (t.j. narastaním podielu dokumentov/štruktúrovaných informácií/zdrojov) dochádza k objektivizácii informačného priestoru/unifikácii predtým individualizovaných informačných priestorov. Tento trend vyvrcholil digitalizáciou informačného priestoru. Jednotlivec je, ako objekt, vylúčený z digitálneho informačného priestoru a je v ňom nahradený dokumentmi, reprezentujúcimi výsledky jeho intelektuálnych aktivít.

Informačný priestor je multidimenzionálnym priestorom, kde najdôležitejšie dimenzie sú:

- Analógia Euklidovských dimenzií ( vzdialenosť, veľkosť, ...)
- Stabilitnosť priestoru
- Spôsob prezentácie informácie
- Škálovateľnosť priestoru
- Relácie medzi objektmi
- Spôsob organizácie priestoru
- Správa (manažment) priestoru

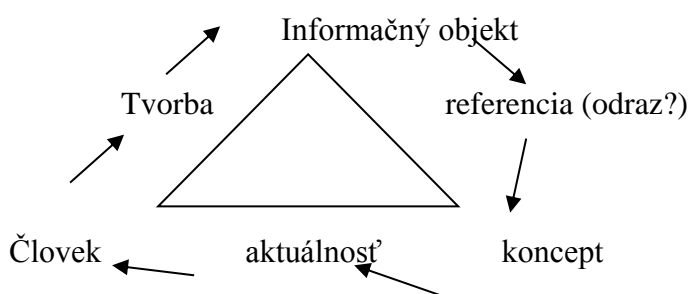
---

<sup>11</sup> Miestom môže byť adresa vo virtuálnom a/alebo reálnom priestore.

- Povolené operácie
- Preskúmateľnosť priestoru<sup>12</sup>
- Štruktúra priestoru
- Dostupnosť priestoru

#### 4. Vzťah človek – informačný priestor

Informačný priestor slúži človeku pri riešení situácií vyžadujúcich si rozhodnutie, riešení pracovných úloh, pri vzdelávaní, socializácii i oddychu/zábave. Pre účely formálneho popisu fungovania sústavy používateľ – informačný priestor použijeme modifikovanú ideu tzv. Rogersovho trojuholníka.



Obr. 1: Informačný priestor očami Rogersovho trojuholníka

#### 5. Organizácia informačného priestoru

Informačný priestor si môžeme metaforicky predstaviť ako miesto, kde dochádza k interakcii ľudskej mysle a informácie a/alebo ku komunikácii informácií inému človeku. Z toho vyplýva, že informačný priestor má akoby štyri poschodia/vrstvy: naspodku sú informačné obsahy rôzneho druhu (štruktúrované/neštruktúrované, reč/písmo/tlačený text/audio/obraz/video/multimédiá, beletria/veda/náboženstvo/..., čeština/angličtina/ruština/..., atď.). nad tým je komunikačná vrstva, zabezpečujúca prístup k informačným obsahom a/alebo ich komunikáciu, treťou vrstvou je prezentačná vrstva a navrchu je interpretačná vrstva.

Organizácia informačného priestoru ukazuje spôsob usporiadania informačných objektov v ňom. Princiipiálne môžeme hovoriť o organizácii:

- priestorovej,
- sociálnej,
- sémantickej,

---

<sup>12</sup> Slovo „preskúmateľnosť“ slovník slovenského jazyka nepozná. Odkazujeme ním na analógiu medzi pohybom prieskumníka v neznámom teréne a pohybom používateľa v informačnom priestore.

- naratívnej.

Priestorová organizácia je vybudovaná okolo priestorovej metafory. Informačný priestor je síce geograficky situovaný „všade a zároveň nikde“, ale prostredníctvom metafor ho môžeme používateľovi prezentovať ako priestor, v ktorom sa orientuje/pohybuje jemu familiárnym spôsobom. Typickými metaforami sú mapa priestoru, navigácia, informačný horizont a pod. Abstraktným modelom priestorovej organizácie je vektorový priestor.

Sociálna organizácia sa stala aktuálnou najmä po nástupe online sociálnych sietí. Podoba informačného priestoru sa rôznym komunitám javí rôzne a je formovaná práve prevládajúcim pohľadom komunity.

Sémantickú organizáciu informačného priestoru môžeme označiť za klasickú. Je implicitne zabudovaná už do prapôvodných orálnych informačných priestorov a preniesla sa, už v explicitnej podobe, do všetkých nasledujúcich generácií informačného priestoru. Pri tomto type organizácie nie sú informačné objekty v informačnom priestore usporiadané podľa geografických meradiel (blízky, vzdialený, vľavo/vpravo) ale podľa meradiel sémantickej príbuznosti (rovnaký, podobný, odlišný).

Naratívna organizácia

S tým, ako sa informačný priestor stále viac stáva priestorom, kde používateľ hľadá oddych a zábavu, sa čoraz logickejším stáva tvrdenie P. Perssona, že treba organizovať informačný priestor tak, aby sa cezeň dalo prechádzať akoby cez príbeh.<sup>13</sup> Komunikácia príbehom je v konečnom dôsledku efektívnejšia, pretože koherentnosť príbehu napomáha jeho lepšiemu zapamätaniu aj pochopeniu.

## 5.1 Vzdialenosť v informačnom priestore

V informačnom priestore môžeme, analogicky ako vo fyzikálnom priestore, definovať a merať vzdialenosť, napríklad cez podobnosť informačných objektov, prípadne cez počet iných objektov, nachádzajúcich sa medzi objektmi, ktorých vzdialenosť meriame.

Koncept (euklidovskej) vzdialenosti vo fyzikálnom priestore sa opiera o rad empirických skúseností:

- Vzdialenosť dvoch rôznych bodov je vždy nenulové kladné číslo.
- Vzdialenosť bodu samého od seba je vždy nula.
- Nezáleží na tom, či meriame vzdialenosť z bodu A do bodu B alebo naopak, z bodu B do bodu A. Dospejeme vždy k tomu istému číslu.
- V rovine (i priestore) platí tzv. trojuholníková nerovnosť: dĺžka jednej strany v trojuholníku je vždy menšia, ako súčet dĺžok dvoch ostatných strán.

---

<sup>13</sup> Viac pozri PERSSON, Per. Supporting navigation in Digital Environments: A Narrative Approach. In: *SITC Technical Report* [online]. 1998. ISSN 1100-3154. 1998. Dostupné na: <http://soda.swedish-IKT.se/2240/1/SICS-T--98-01--SE.pdf>

Tzv. metrickým priestorom  $(M, \rho)$  rozumieme množinu  $M$  spolu s metrikou  $\rho$ . Pritom  $\rho$  nazveme metrikou na množine  $M$  ak pre každú usporiadanú dvojicu bodov  $(x,y)$  z tejto množiny existuje len jedno reálne číslo  $\rho(x,y)$ , také že pre tri ľubovoľné body,  $x,y,r \in M$  platí:

1.  $\rho(x,y) > 0$ , iba pre  $x = y$  je  $\rho(x, y) = 0$
2.  $\rho(x, y) = \rho(y, x)$
3.  $\rho(x, y) \leq \rho(x, r) + \rho(r, y)$

číslo  $\rho(x, y)$  nazývame vzdialenosťou bodov  $x, y$ .

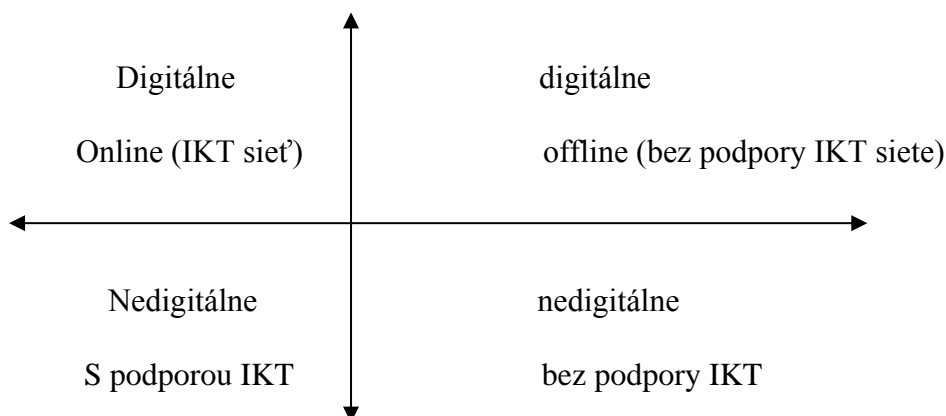
Priestorová vzdialenosť, existujúca medzi jednotlivými informačnými objektmi je v informačnom priestore, podobne ako vzdialenosť hmotných objektov v reálnom priestore, jeho dominantnou charakteristikou. Napríklad v hypertexte sú informácie vzdialené na  $x$  kliknutí, adresáre informačných objektov majú stromovú štruktúru, kde vzdialenosť objektov je daná ich polohou v strome, v databáze určuje vzdialenosť informácií rozdiel v adresách miest, na ktorých sú tieto informácie uložené, atď. Okrem priestorovej vzdialenosti treba hovoriť aj vzdialenosti sémantickej, ktorej mierou je príbuznosť, resp. rozdielnosť obsahov. Pritom existujú viaceré roviny podobnosti: podľa autora, žánru, predmetu (autá, móda, recepty,...), odboru (strojnictvo, elektrotechnika, ...), času (nové, staré), spôsobu spracovania (beletria, veda), jazyka (slovenčina).

## 6. Kategorizácia informačných priestorov

Popri géneze informačného priestoru, kde kľúčovú rolu zohrávajú aktuálna kultúra a dominantné médium, môžeme, v určitom čase, rozlíšiť viaceré typy informačného priestoru tak, že namiesto vývoja charakteru informačného v čase kategorizujeme jeho rôzne aktuálne podoby. Pri takomto postupe na aktuálny informačný priestor sú rozčleňujúcimi parametrami:

- a. Spôsob vyjadrenia (kódovania) informácie – digitálne/nedigitálne,
- b. Charakter distribúcie (komunikácie) informácie – online/offline.

Kombináciou týchto parametrov dokážeme vytvoriť štyri subpriestory – obr. 2.



## Obr. 2: Subpriestory informačného priestoru

Subpriestor prvého kvadrantu je vlastne „čistý“ digitálny informačný priestor, resp. priestor nových médií. Priestor druhého kvadrantu je zaplnený informáciami zaznamenanými na CD, DVD, USB, a iných nosičoch dát. Ide tiež o digitálny priestor, ale chýba mu atribút sieťovosti. Tretí kvadrant sa dnes už postupne vyprázdňuje. Pôvodne v ňom dominovali tradičné, analógové masové elektronické médiá – rozhlas, televízia, telefón. Nahrádza ich digitálne vysielanie a v prípade telefonovania je to napr. GSM systém. Posledný, štvrtý kvadrant je doménou informácií na papierovom nosiči – knihy, noviny, časopisy, ale aj billboardy, úradné vyhlášky, atď.

### 7. *Digitálny IP*

Cesta k vzniku digitálneho informačného priestoru vedie od informačného priestoru, udržiavaného len v hlavách ľudí a dopĺňaného/aktualizovaného rečou, spevom a rituálnymi tancami cez priestor, doplnený o externé informačné objekty (kresby, písmo, neskôr tlač) k priestoru, podporovaným IKT. IKT zmenili procesy prehl'adávania priestoru, dlhodobého uchovania informácií, vyhľadávania a získavania informácií.

Atribúty digitálneho objektu v digitálnom priestore sú.<sup>14</sup>

- Editovateľnosť.
- Interaktívnosť (cez aktivovateľnosť v ňom zabudovaných funkcií).
- Prístupnosť (pre používateľa i iné informačné objekty).
- Modifikovateľnosť (pre používateľa i iné informačné objekty).
- Otvorenosť (v zmysle definície otvoreného systému).
- Reprogramovateľnosť.
- Distribuovanosť (viacnásobné kópie toho istého objektu/časti objektu na rôznych miestach).

Nutnou podmienkou na to, aby sa digitálny informačný priestor stal pre konzumenta prínosom je možnosť vyhľadávať, prehliadať/prezerat' dokumenty v ňom umiestnené.

### 8. *Kvalita IP*

Kvalitu všeobecne vnímame ako výsledok, resp. súhrn pôsobenia vlastností niečoho alebo niekoho; prakticky to je obsah odpovede na otázku "aký je, resp. aké to je?". Metodicky,

---

<sup>14</sup> KALLINIKOS, Jannis et al. *A theory of digital objects* [online]. In: *First Monday*. 2010, **15**(6-7). . [cit. 2014-09-03]. Dostupné na: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/3033/2564>



hlavne v oblasti technológií a v ekonómii sa uplatňuje najmä definícia podľa normy ISO 9000: "Kvalita je stupeň splnenia požiadaviek súborom inherentných znakov."<sup>15</sup>

Kvalita informačného priestoru je výslednicou pôsobenia objektívnych i subjektívnych faktorov. Objektívne faktory sú spravidla merateľné. Subjektívne faktory sú z roviny pocitov a súvisia s mierou spokojnosti konkrétneho používateľa informačného priestoru. Objektívne faktory napomáhajú, resp., v negatívnom prípade, pôsobia proti subjektívnej spokojnosti s kvalitou informačného priestoru. Kvalitu informačného priestoru môžeme popísať funkčným vzťahom

*Kvalita = f(vrstvy média, vrstvy informačných objektov, vrstvy informačného systému, prezentačnej vrstvy)*

Z pohľadu konzumenta sú najdôležitejšími atribútmi kvality veľkosť/úplnosť priestoru, transparentnosť, preskúmateľnosť, či, videné z opačnej strany, jeho entropickosť (mera neusporiadanosti), miera znečistenia, dostupnosť samotného priestoru a dostupnosť objektov v ňom.

Transparentnosť informačného priestoru zvyšuje:

- Jasné vymedzenie hraníc priestoru.
- Jasné vymedzenie obsahu priestoru.
- Rozčlenenie priestoru na subpriestory podľa predmetu.
- Jasné pravidlá preskúmavania priestoru.
- Platnosť zákona aditívnosti v informačnom priestore.
- Možnosť objektívne posúdiť kvalitu, vierohodnosť a aktuálnosť informácií.
- Nezávislosť od technológií.

## 9. Záver

Môžeme zhrnúť, že k problematike informačného priestoru možno principiálne pristupovať dvomi spôsobmi:

1. pragmaticky, kedy sa existencia informačného priestoru berie ako axióma a cieľom výskumu je optimalizácia napĺňania priestoru informačnými objektmi a ich podoby, optimalizácia vyhľadávania, sprístupňovania, aktualizácie a pod.

2. teoreticko-filozofický, kedy sa diskutuje samotný koncept informačného priestoru a jeho možné podoby. Zatiaľ čo pri pragmatickom prístupe možno hovoriť o tzv. „tvrdom“ informačnom priestore, objekty v ňom možno označiť za „dokumenty“ a ako s priestorom, tak aj s dokumentmi sa dá exaktne pracovať, pri teoreticko-filozofickom prístupe je predmetom skúmania „mäkký“ informačný priestor, ktorý siaha od úrovne fyzikálneho nosiča informácie až po úroveň zmyslových obrazov vytváraných v mysli jednotlivca, ktorý vstupuje do

---

<sup>15</sup> STN EN ISO 9000:2005 *Systémy manažérstva kvality. Základy a slovník*

interakcie s informačným priestorom a zároveň je aj jeho súčasťou. Veľká časť informácií je pritom uložená práve v „hlave“ človeka.

Stupeň tvrdosti, resp. mäkkosti informačného priestoru potom determinuje mieru objektívnosti jeho existencie – tvrdý informačný priestor sa všetkým javí rovnako a jeho hranice vymedzujú IK technológie a cez ne dostupné informačné obsahy, mäkký informačný priestor má presah až do tzv. kognitívneho priestoru a je v ňom zakomponovaný prvok individuálnosti. Zásadný dopad ale má na podobu informačného priestoru spôsob definovania pojmu informácia a miesta jej vzniku.

Súčasný trendy pri práci s informáciami smerujú skôr k „mäkkému“ informačnému priestoru:

- Priemernému blogerovi verí viac ľudí ako priemernému žurnalistovi.
- O výbere informačného zdroja viac rozhoduje provokatívny nadpis, ako vierohodnosť zdroja.
- Filozofia a la Facebook: vaši priatelia vedia lepšie, čo je skutočne dôležité ako šéfredaktor uznávaného média.
- Súčasná idea reality pochádza z druhej, resp. až z n-tej ruky. Idea reality je dnes editovateľná, filtrovateľná a všeobecne manipulovateľná jednotlivcami, médiami i online komunitami.
- Občianske (amatérske) napĺňanie informačného priestoru má stúpajúcu tendenciu (chaty, videá, blogy, ...).

Na druhej strane ekonómia a technológie sú viac naklonené „tvrdému“ informačnému priestoru:

- Monopolizácia vlastníctva informačného priestoru – globálny online informačný priestor bude vlastníť minimálny počet hráčov typu Google, Facebook.
- Snaha o vytvorenie softvérového personálneho asistenta, vyhodnocujúceho vlastné aktivity jednotlivca a aktivity jeho priateľov (vaši priatelia práve čítajú/majú radi toto) s prihliadnutím k afínite (hustote kontaktov), relatívnej váhe obsahu (korelácia aktivít jednotlivca a priateľa) a aktuálnosti aktivít (čím staršia aktivita, tým menšia váha).
- Jednotlivec do informačného priestoru čoraz viac vstupuje ako člen komunity/skupiny a podieľa sa na vkladaní a vytváraní informácií kolaboratívnym spôsobom.

## Zoznam bibliografických odkazov

BERESTOVA, T.F. *Knižnica ako súčasť informačného priestoru (ku tvorbe koncepcie)*. [online]. [cit. 2014-10-03]. Dostupné na: [www.library.ru/1/kb/articles/article.php?a\\_uid=140](http://www.library.ru/1/kb/articles/article.php?a_uid=140)

*Business Dictionary* [online]. [cit. 24.2.2012]. Dostupné na: <http://www.businessdictionary.com/definition/information-space.html#ixzz17G9htUMQ>

KALLINIKOS, Jannis et al. *A theory of digital objects* [online]. In: *First Monday*. 2010, **15**(6-7). [cit. 2014-09-03]. Dostupné na: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/3033/2564>

NEWBY, G. B. *Cognitive Space and Information Space* [online]. [cit. 2014-10-03]. Dostupné na: <http://www.petascale.org/papers/cogstats-withimages.pdf>

NEWBY, Gregory. The necessity for information space mapping for information retrieval on the semantic web [online]. In: *Information Research*, 7 (4). 2002. [cit. 24.2.2012]. Dostupné na internete: <http://InformationR.net/ir/7-4/paper137.html> PERSSON, Per. Supporting navigation in Digital Environments: A Narrative Approach. In SITC Technical Report. 1998. Dostupné na: <http://soda.swedish-ict.se/2240/1/SICS-T--98-01--SE.pdf>

STN EN ISO 9000:2005 *Systémy manažérstva kvality. Základy a slovník.*

Tento článok vznikol s podporou projektu „Adaptácia študijného programu mediamatika a kultúrne dedičstvo na potreby vedomostnej spoločnosti“ (ITMS: 26110230106) v rámci OP Vzdelávanie spolufinancovaný zo zdrojov Európskeho sociálneho fondu.



 **VÝSKUMNÁ  
AGENTÚRA**

