

## **Seznam příloh**

**Příloha č. 1: Dotazník pro účastníky Google Art Projectu: Egon Schiele Art Centrum Český Krumlov (dotazník)**

**Příloha č. 2: Dotazník pro účastníky Google Art Projectu: Knihovna Václava Havla (dotazník)**

**Příloha č. 3: Dotazník pro účastníky Google Art Projectu: Moravská galerie v Brně (dotazník)**

**Příloha č. 4: Dotazník pro účastníky Google Art Projectu: Muzeum Tomáše Garrigua Masaryka v Rakovníku (dotazník)**

**Příloha č. 6: Dotazník pro účastníky Google Art Projectu: Muzeum umění Olomouc (dotazník)**

**Příloha č. 6: Dotazník pro účastníky Google Art Projectu: Židovské muzeum (dotazník)**

**Příloha č. 7: Úvodní strana Google Art Projectu (obrázek)**

**Příloha č. 8: Zobrazení institucí České republiky v Google Art Projectu (obrázek)**

**Příloha č. 9: Úvodní strana Židovského muzea v Praze (obrázek)**

**Příloha č. 10: Popis obrazu Katedrála od Františka Kupky v rámci Google Art Projectu (obrázek)**

**Příloha č. 11: Zobrazení Egon Schiele Art Centra pomocí Street View (obrázek)**

**Příloha č. 12: On-line výstava Muzea T. G. M. *Sametová revoluce – impuls pro vznik Muzea T. G. Masaryka v Lánech* (obrázek)**

**Příloha č. 13: On-line výstava *Století relativity* Muzea umění Olomouc (obrázek)**

**Příloha č. 14: On-line výstava *Přes východ na západ* Knihovny Václava Havla (obrázek)**

**Příloha č. 15: Strop Pařížské Opery (obrázek)**

**Příloha č. 16: Strop Pařížské Opery přiblížený funkcí Gigapixel (obrázek)**

**Příloha č. 17: Přiblížení obrazu hvězdná noc Vincenta van Gogha (obrázek)**

**Příloha č. 18: Maximální přiblížení obrazu hvězdná noc Vincenta van Gogha (obrázek)**

**Příloha č. 19: Uživatelské galerie Google Art Projectu (obrázek)**

# Přílohy

## **Příloha č. 1: Dotazník pro účastníky Google Art Projectu: Egon Schiele Art Centrum Český Krumlov**

### **1. Kontaktovali jste Google Cultural Institute sami nebo jste byli osloveni?**

Byli jsme osloveni.

### **2. Proč jste se chtěli do projektu zapojit, jaká byla vaše očekávání?**

Chtěli jsme zvýšit povědomí nejen o našem art centru, ale i o výstavách, které tu máme, o Egonu Schielem, i o výstavách dalších českých umělců, což jsme zpracovávali právě i v Art Projectu. Samozřejmě také o Českém Krumlově.

### **3. Jak dlouho proces před zapojením do Google Art Projectu trval?**

Od prvního kontaktu do zveřejnění tedy necelý rok (první kontakt proběhl 20. srpna 2013). Vše se muselo zvládnout do tiskové konference, která proběhla v Uměleckoprůmyslovém museu v Praze na konci června 2014. Mnoho muzeí má své vlastní techniky a fotografy, my jakožto o. p. s. nemáme moc zaměstnanců. Pak jsem tu tedy já, asistentka ředitelky, řešila ke své vlastní práci ještě mnohdy po nocích Google Art Project.

### **4. Jak probíhal samotný sběr dat a celá komunikace?**

Snímkování galerie probíhalo bohužel nadvakrát, protože jsme historická budova a jejich přístroj nezachytil některé místnosti, protože máme křivé podlahy a tlusté zdi. Přístroj se tedy nemohl napojit na GPS a tak dále. Dalším krokem bylo nahrávání děl ve vysokém rozlišení z našich zdrojů. Třetí částí byl takzvaný Google Gigapixel, kdy přijeli technici od Googlu z Londýna, aby nám tu nafotili vybraných pět děl. Celé to trvalo poměrně dlouho, zhruba půl roku, a bylo to technicky velmi náročné. Celé snímkování nám trochu zkomplikovalo provoz a nakonec se stejně použily původní snímky, které údajně nevyšly.

## **5. Jaké je pozadí celého projektu, co se týče legislativy?**

My jsme použili jen ta díla, u kterých jsme si stoprocentně jisti, že je použít můžeme. Buď jsou to díla žijících autorů, se kterými dlouhodobě spolupracujeme a dali nám svůj souhlas. V případě Egona Schieleho již uplynulo 80 let od jeho úmrtí, což znamená, že ta díla jsou volně k použití, pokud je máte v dostatečné kvalitě.

## **6. Vaše hodnocení účasti v projektu?**

Jsem ráda, že tam jsme, oni nám nabízejí, abychom se zapojili ještě do takzvaných „Lectures“, kam je možné dávat různé materiály a přednášky on-line, což je jistě dobré pro větší muzea, ale my toho asi nevyužijeme. V současnosti budu zpracovávat aplikaci pro mobilní telefony, podmínkou toho je vytvoření nějaké nové výstavy. Ale to je ještě na začátku a předpokládám, že to také ještě bude trvat.

Abych to shrnula, nás to stálo docela dost sil, ve výsledku je to asi tak trochu spíše reklama pro ně.

## **7. Jaké jsou ohlasy, víte například od návštěvníků, že projekt znají?**

Nemohu říct, že by někdo přišel s tím, že by věděl, že jsme na Googlu, ani žádný ohlas, že by někdo přišel k nám do muzea na základě toho, že by viděl naši prezentaci v Google Art Projectu. Ale je možné, že nám to lidé jen neříkají.

## **8. Zajímají se o projekt média?**

Nezaznamenala jsem.

## **9. Máte informace o návštěvnosti vaší virtuální galerie?**

Vím, že tam tato analytika je, ale ještě jsem neměla čas se podívat. Ve chvíli, kdy jsou v muzeích celé týmy, mají možnost ty stránky více opečovávat, já jsem se k tomu ale zatím nedostala.

## **10. Komunikuje s vámi Cultural Institute pravidelně?**

Občas něco posílají, vybízejí nás k různým aktivitám, jako jsou ty „Lectures“. Nějaká komunikace tam je, ale spíše taková obecnější. Teď jsme v kontaktu ohledně té aplikace, přímo v Londýně je i Češka, která nám volá.

**11. Neobávali jste se případného poklesu návštěvnosti, ve chvíli, kdy je část zveřejněna na internetu?**

To opravdu ne. Dnes lidi táhne autenticita toho uměleckého díla, ten originál, na webu si to může prohlídnout každý. Jistě jste četla pana Kesnera a jeho *Muzeum umění v digitální době*, tam je to krásně popsáno a já věřím tomu, že má pan Kesner pravdu.

**12. Byla již před účastí v projektu na vašich webových stránkách k dispozici některá díla formou virtuální galerie?**

Ne, to jsme neměli.

**13. Napadá vás cokoliv, co by mohlo projekt vylepšit? Případně máte ještě nějaké poznatky, které žádná z otázek neobsáhla?**

Byla jsem překvapená chaosem v jejich komunikaci, v rámci emailů a delegování, byla jsem až zklamaná, tím, že jde o Google, ke kterému jakožto modelu moderní společnosti mnoho lidí vzhlíží. Zároveň ta technologická náročnost například nahrávání fotek myslím není zvladatelná pro instituce, které na to „nemají lidi“. Projekt by vytyžil jednoho člověka na měsíc a 40 hodin týdně, pokud by to měl dělat opravdu pořádně. A to nemluvím o jazykových mutacích a překladech, jak se stránky přepínají z češtiny do angličtiny podle nastavení stránek, informace o tom, jak to tam tedy nahrát, mi přišlo chaotické.

## **Příloha č. 2: Dotazník pro účastníky Google Art Projectu: Knihovna Václava Havla**

### **1. Kontaktovali jste Google Cultural Institute sami nebo jste byli osloveni?**

Začalo to tak, že na stránkách Googlu byla výzva, velmi obecná, že je možnost dostat se do tohoto projektu. Žádalo se o to jednoduchou aplikací, formulářem, kde jsem napsal pár vět o tom, co knihovna dělá, k čemu by mohla být zajímavá v rámci světového kontextu. Asi měsíc na to se ozvali, že nás do toho začlení a přiřadí nám garanty, kteří se o nás budou starat. Od té doby spolupráce začala. Nebylo to tak, že by nás oslovili, ale asi spíše zkoušeli, kdo si toho všimne. Následně jsem zjistil, že opravdu rozmýšlejí, koho do programu přijmou a koho ne.

### **2. Proč jste se chtěli do projektu zapojit, jaká byla vaše očekávání?**

Spojení se silnou značkou. To byla první věc, která mě napadla. Protože Havel je známější ve světě, respektive víc se o něm ví a studuje se, tak jsem si říkal, že se obsah dostane do správných míst. I když se mi ta starší platforma nelíbila, má to smysl, protože do toho investujete jen vlastní čas.

Myslím si, že možností je ještě mnohem víc, nedávny „upgrade“ webu a zavedení mobilních aplikací jde podle mého správným směrem. Samozřejmě to nenahradí realitu, ale zprostředkování základních informací je snazší a forma je velmi vstřícná. Doufám, že se to nepromítne jen do světa, ale že se projekt více rozšíří i u nás. Samozřejmě to ale stojí i padá na tom, jaké nápady se do projektu promítnou. Kdybychom dělali výstavy týkající se jen Havla, tak se téma za chvíli unaví natolik, že už to nikoho zajímat nebude. Pokusíme se výstavy častěji měnit a naváží na to takové guerillové věci, které na knihovnu upozorní jinak. Jde o prostor, kde si můžete ledacos vyzkoušet. Můžete jít „přes čáru“ a zjistit, kdy si lidé řeknou, jestli toto ta instituce ještě vůbec může udělat. Možností je celá řada a pro mě je tou správnou cestou projekt doplňovat tak, aby nekopíroval naše výstavy, protože tyto věci se dají najít na webu, ale toto má být něco jiného. Zkrátka aby to nebyly jinak udělané webové stránky instituce.

To, co teď přichází s možností propojení ze Street View, s tím, že můžete jedno „políčko“ udělat ve 2D, druhé ve 3D, dále možnost vkládat texty nebo zvukové nahrávky, zkrátka lze spojit se vším, čímž se dají vytvářet naprosto šílené věci. V podstatě i takové paměťové stopy, vyberete určitou událost a k tomu přiřadíte všechny věci, které jsou dostupné, a vznikne neuvěřitelná mozaika.

### **3. Jak dlouho proces před zapojením do Google Art Projectu trval?**

To spíše záleželo na nás. V okamžiku, kdy naši účast odsouhlasili, přišla zpráva s veškerým komfortem uživatelského rozhraní a hesly. Dále to funguje tak, že díla publikujete v interní podobě a poté je garant, který se o vaše muzeum stará, musí potvrdit. Není to cenzura, je to dané základními možnostmi a etickými hranicemi, ve kterých se GCI pohybuje. Proces schvalování netrvá dlouho, náš garant žije v Kalifornii, takže jde spíše o časový posun. Většinou je to potvrzené do druhého dne. Máme od nich i zpětnou vazbu, když se jim něco líbí, dávají to najevo.

### **4. Jak probíhal samotný sběr dat a celá komunikace?**

Existuje základní manuál, zároveň oni samozřejmě říkají, že čím vyšší rozlišení, tím lepší. Ta služba je založená na faktu, že člověk vidí více, než by viděl normálně. U většiny věcí, které digitalizujeme, se snažíme opravdu o maximální rozlišení, protože řada těch originálů nás opouští. Takže u nás se těžiště pomalu převažuje na digitální stranu.

Další možností je, že vám pošlou fotoaparát, který vše nafotí v nejvyšším rozlišení. Mají několik spojek po světě, které vše přijedou nafotit, u nás například Street View fotil Španěl, který měl být za dva dny v Rumunsku, kde už na něj čekal další stroj. Cestují tedy samostatně. V závěru jsou ta data vaše a můžete s nimi nakládat, jak potřebujete. Máme tedy i zaznamenanou knihovnu pomocí Street View, jen ještě nebyl bohužel čas vše zveřejnit. Ale na rozdíl od běžného Street View, kde se vás nikdo na zveřejnění neptá, tady se to dá zkorigovat. Když je někde stín nebo cokoliv, co by tam být nemělo, dá se to vyretušovat.

### **5. Jaké je pozadí celého projektu, co se týče legislativy?**

To je to, co vidím jako největší problém, s čím se potýkají instituce, autorská práva. Hodně se s nimi pracuje, licence je poměrně obsáhlá, ale něčeho se zbavujete, ale něco naopak získáváte. Autorský zákon je v české legislativě dost neúprosný, a zkrátka pokud autor něco nechce, tak nemáte šanci.

My tu na to narážíme také, od té doby co jsme se „upsali“, dáváme do smluv i odstavec, že to bude v případě našeho zájmu použito i pro Art Project. A je to těžké to autorům vysvětlit, že to není komerční, že my z toho máme jen posílené renomé. A mnoho autorů má navíc s internetem špatné zkušenosti, někde se objevila fotka ve

velkém rozlišení, kterou někdo jiný použil, a už nikde nebylo uvedeno autorství. Je to dáno zároveň i neznalostí prostředí. Samozřejmě obviňovat z toho Google by nebylo fér, když je to tak mladý projekt. Takže vše je spíše na základě dohody. Ale opravdu si myslím, že pokud to nejsou věci, které jsou staré staletí, tak je s tím problém.

A pak je druhá strana, kdy jsou lidé, kteří mají pozůstalost někoho, koho si velmi vážili, a vůbec jim nejde o ekonomický zisk. Ti jsou naopak velice rádi, když se dílo někde objeví. A pak zpětně je díky Googlu ta osobnost doceněna, protože dostupnost jeho díla je najednou daleko větší. Navíc je vždy povinností uvádět vše s copyrightem, takže se člověk dostane i přímo ke zdroji, když chce.

## **6. Vaše hodnocení účasti v projektu?**

Já jsem v zásadě velmi spokojen, hlavně kvůli té komunikaci, to jsem opravdu nezažil. Ne, že by vás mentorovali, ale máte pocit, že máte na té druhé straně partnera, se kterým ty věci můžete řešit. A ten efekt je značný, i když se tomu nevěnujeme tak, jak bychom měli. Ty rezervy tam jsou a je to dané tím, že na to nemáme čas. Ono to vyžaduje nějakou aktivitu, kterou člověk musí vyvíjet, a oni se zároveň snaží na základě zkušeností s námi to co nejvíce zjednodušovat. Ta aktivita je možná pro mnoho lidí těžko pochopitelná, mají pocit, že dělají něco navíc, není tam ta ochota.

## **7. Jaké jsou ohlasy, víte například od návštěvníků, že projekt znají?**

Ne. Když bylo slavnostní zahájení v Uměleckoprůmyslovém muzeu, tak to trochu médií prošlo, ale v naprosté menšině. Oni to sice dlouho připravovali, ale ve výsledku tam byla většina lidí ze zahraničí. Možná je to tou základní nedůvěrou k internetu a kombinaci výtvarného umění a autorských práv, možná s tím podvědomě mnoho lidí ještě má problém.

## **8. Zajímají se o projekt média?**

Ne. Myslím, že se to médiím zdá podezřelé. Nebo tím, že do toho zatím vstoupilo ještě relativně málo institucí a že tam nebylo nic skandálního.

Podle statistik ze zámorí je jasné, že o to zájem je a že to funguje, ale lidé jsou spíš zvyklí, že webové stránky jsou obecným úvodem. V muzeu, když dostanou audio guide, tak tím získají další informace. Ale neví, že by existovalo ještě něco navíc. Lidí moc dobře netuší, co od toho čekat, je těžké jim to vysvětlit.



## **9. Máte informace o návštěvnosti vaší virtuální galerie?**

V rámci Art Projectu máme k dispozici analytiku, v tuto chvíli je 90denní, dále do minulosti není možné to vidět. Zde vidíte, jaká byla návštěvnost i odkud, případně která položka byla nejzajímavější a kolik času na ní strávili. Přibližně 75 % jsou cizinci, z toho odhadem 70 % jsou Američané.

Teď máme návštěvnost v rámci deseti tisíců (pro srovnání, různé on-line výstavy na Facebooku měly návštěvnost v řádu stovek). Myslím, že to není moc, že ten potenciál máme větší. Ale bohužel nemáme tolik času se tomu věnovat. Zároveň máme vyzkoušené, že stačí udělat jednu dobrou výstavu a lidé se vrací. Když se o to budete takto starat, ta návštěvnost může být velká.

Navíc sem tam se i někdo například z Ameriky ozve, že by u nás chtěli udělat to a to, takže už to začíná plnit i tu zpětnou vazbu.

## **10. Komunikuje s vámi Cultural Institute pravidelně?**

Posílají občas newsletter, ale s těmi, se kterými dělám výstavy, jsem v kontaktu přibližně každých 14 dní. Záleží tedy hodně na vaší iniciativě. Ale ono vás to potom samo nutí, když zjistíte, jaký to má efekt, kolik to může přinést nových zájemců. Navíc si můžete zvolit škálu prostupnosti dat, buď je dáte tak, že jsou viditelná jen v rámci těch výstav a návštěvník s nimi nemůže nic dělat, jen se na ně dívat. A nebo to můžete uvolnit k tomu, aby si je mohl dávat do té své vlastní galerie. Což potom dostává úplně nový rozměr a to dílo se může objevit v úplně jiné souvislosti. A v neposlední řadě ho lze sdílet na sociálních sítích, ale vždy se s tím váže stopa těch metadat, takže ten váš otisk nenápadně putuje dál. Celkově je to nejzajímavější projekt, se kterým jsem se setkal, kromě vnitřního archivu knihovny jako takové. Ale ten má zase jiné poslání.

## **11. Neobávali jste se případného poklesu návštěvnosti, ve chvíli, kdy je část zveřejněna na internetu?**

Vím, že je to jeden ze strašáků některých institucí, ale do Art Projectu máme právě vkládat něco úplně jiného a v jiném kontextu, je možné s tím pracovat úplně jinak. Věci, které byste nemohli vystavit například z důvodu bezpečnosti nebo klimatických podmínek, tady si s tím můžete dělat co chcete.

Pro vědce a samotné kurátory, tím, že máte možnost zvětšování do detailů a největších podrobností, to může být i studijní materiál. Uvidíte něco, co normálně vidět není. Vidím v tom tedy i striktně vědecký materiál.

Je zde obrovský prostor, ale lidé stále přemýšlí víc analogově než digitálně. Ale toto není druhá výstavní místnost. Ten dojem z toho nikdy nebude stejný. Většina věcí má ještě něco, co se nedá zachytit.

**12. Byla již před účastí v projektu na vašich webových stránkách k dispozici některá díla formou virtuální galerie?**

My jsme měli různé fotografické cykly na Facebooku. Pak jsme v souvislosti s tím, že jsme se stěhovali sem do nového prostoru, měli méně prostoru na vystavování. Proto jsme si řekli, že se toho co nejvíc pokusíme umístit na web. Vznikla dotyková mapa s dodatečnými fotkami a zvuky. Což byl tedy náš předchůdce Art Projectu. Zároveň u nás od roku 2008 probíhá standardně digitalizace, která je ale samozřejmě významem trochu jiná.

**13. Napadá vás cokoliv, co by mohlo projekt vylepšit? Případně máte ještě nějaké poznatky, které žádná z otázek neobsáhla?**

Jedna z věcí, které se řešily, byla i ta multilingvální varianta, ke každé položce by byly různé jazykové varianty, které bychom zadávali přímo. Další variantou je přímé propojení s překladačem Googlu.

Obecně může být prospěšné, že bude existovat databáze kvalitních podkladů. V okamžiku, kdy se něco stane, cokoliv, a dílo se zničí, tak alespoň bude existovat velmi kvalitní kopie. Zároveň tím také vzniká databáze pojmenovaných věcí, nejsou to tedy jen nafocené slavné obrazy, ale ví se, kdo je vlastní nebo do čí sbírky patří, kde se k nim dostanete. Ve chvíli, kdy se rozhodnete, že chcete udělat výstavu všech obrazů Moneta, nemusíte je nikde hledat, protože díky těmto metadatům víte, kde se co nachází.

Kurátoři byli nadšení, že takto měli možnost si vytvořit výstavu, kterou by v reálném čase vytvářeli opravdu dlouho. Tím, že budou mít databázi všech věcí, tak je nemusí hledat a jen si je poskládají a zjistí, jestli to funguje. Ale nikdo je nemusí vidět a může to být jen nástroj pro ně.

### **Příloha č. 3: Dotazník pro účastníky Google Art Projectu: Moravská galerie v Brně**

#### **1. Kontaktovali jste Google Cultural Institute sami nebo jste byli osloveni?**

Byli jsme osloveni.

#### **2. Proč jste se chtěli do projektu zapojit, jaká byla vaše očekávání?**

Bezplatná možnost prezentace kulturního dědictví on-line, zachycení expozic formou Street View a tím její archivace v čase (minimálně dvě expozice budeme pravděpodobně do roku 2020 přepracovávat, tedy se nabídla skvělá archivace stávajícího stavu).

#### **3. Jak dlouho proces před zapojením do Google Art Projectu trval?**

Oslovení jsme byli 11/2013, snímání pro Street View proběhlo v červnu 2014, prezentace *highlightů* byla vyvěšena v létě 2014 a na 3D prohlídku našich budov zatím čekáme – ke zdržení došlo z naší strany, jinak bychom měli zveřejněno v prvním čtvrtletí roku 2015.

#### **4. Jak probíhal samotný sběr dat a celá komunikace?**

Elektronickou cestou, instrukce probíhaly mailem, vkládání snímků přes webové rozhraní. Samozřejmě byla největší část práce na nás – výběr děl, popisky, nafocení a vložení na web. S GAP vše probíhalo velmi profesionálně. 3D snímání tří budov bylo otázkou jednoho dne, 3D data zpracovávali přímo v GAP.

#### **5. Jaké je pozadí celého projektu, co se týče legislativy?**

Google to má ošetřeno tak, že má s námi uzavřenou smlouvu, ve které se zavazujeme, že to máme ošetřené my. Problematická nám připadala hned v několika ohledech, nakonec jsme ale zvážili pro a proti a smlouvu podepsali.

#### **6. Vaše hodnocení účasti v projektu?**

Zatím čekáme na zveřejnění 3D, ale samozřejmě pozitivní. Minimálně to, co jsem mohla zatím přehlédnout v editorském prostředí Street View, bylo nad očekávání, a těšíme se, až bude vše viset na stránkách GAP.

### **7. Jaké jsou ohlasy, víte například od návštěvníků, že projekt znají?**

Nesledovali jsme doposud – čekáme na zveřejnění 3D a poté spustíme tiskovku a informaci, že MG prezentuje expozice touto cestou, a pak možná zkusíme průzkum udělat.

### **8. Zajímají se o projekt média?**

Zatím jsem se s nějakým nadstandardním zájmem médií nesetkala, pominu-li tiskovku, která proběhla v Praze 2014.

### **9. Máte informace o návštěvnosti vaší virtuální galerie?**

Nikoliv.

### **10. Komunikuje s vámi Cultural Institute pravidelně?**

Doposud nemáme odsouhlaseno 3D, tedy komunikace je nutná.

### **11. Neobávali jste se případného poklesu návštěvnosti, ve chvíli, kdy je část zveřejněna na internetu?**

Vůbec ne. Naopak doufáme, že díky prezentaci nalákáme nejen na naše expozice, které budou vyvěšené na GAP formou 3D, ale i na aktuální krátkodobé výstavy.

### **12. Byla již před účastí v projektu na vašich webových stránkách k dispozici některá díla formou virtuální galerie?**

Ano, měli jsme projekt Mikrogalerie, ale ta je z technických důvodů již několik let stažena. Plánujeme ale prezentaci celé naší sbírky (cca 160 000 věcí), GAP pro nás není náhrada sbírek on-line, ale spíše jednou z možností prezentace a archivace stávajících expozic.

### **13. Napadá vás cokoliv, co by mohlo projekt vylepšit? Případně máte ještě nějaké poznatky, které žádná z otázek neobsáhla?**

Technická stránka věci je možná trochu komplikovanější, zejména pokud jde o schválení a úpravy 3D prezentace, kde jsme se sami trochu zasekli, možností by tedy byla vydatnější podpora pro netechnické typy. Dále možnost editování stránek po zveřejnění a případné vkládání reklam na krátkodobé výstavy z naší strany.

## **Příloha č. 4: Dotazník pro účastníky Google Art Projectu: Muzeum Tomáše Garrigua Masaryka v Rakovníku**

### **1. Kontaktovali jste Google Cultural Institute sami nebo jste byli osloveni?**

Byli jsme osloveni.

### **2. Proč jste se chtěli do projektu zapojit, jaká byla vaše očekávání?**

Už dlouho jsme chtěli prezentovat sbírky on-line, a když jsme byli osloveni ohledně účasti v projektu, byli jsme moc rádi.

### **3. Jak dlouho proces před zapojením do Google Art Projectu trval?**

Než byla aplikace s profilem našeho muzea, 3D prohlídkou, fotografiemi našich sbírkových předmětů on-line a první on-line výstavou, trvalo to zhruba tři čtvrtě roku. Ale záleželo hlavně na nás, jak si s novým systémem poradíme, kolik dat vložíme a tak dále. Šlo by to asi i rychleji.

### **4. Jak probíhal samotný sběr dat a celá komunikace?**

Nejdříve jsme vybrali 100 fotografií našich sbírkových předmětů a zaslali je včetně metadat a anglických popisů Googlu. Následně nám byla otevřena aplikace na Google Cultural Institute, kam můžeme vkládat další fotografie, vytvářet on-line výstavy a další produkty.

### **5. Jaké je pozadí celého projektu, co se týče legislativy?**

S firmou Google Cultural Institute máme uzavřenou smlouvu o spolupráci. Oni ručí za technologii, funkčnost aplikace a my si ručíme za obsah včetně autorských práv. Google Cultural Institute má právo neschválit uveřejnění našeho obsahu (jde hlavně o záležitosti, které by například byly rasistické, nezákonné, vulgární a tak dál.).

### **6. Vaše hodnocení účasti v projektu?**

Veskrze pozitivní.

### **7. Jaké jsou ohlasy, víte například od návštěvníků, že projekt znají?**

Zatím máme dobré ohlasy. Zkontaktovalo nás již několik lidí, kteří mají zájem o spolupráci a do té doby o nás nevěděli.

## **8. Zajímají se o projekt média?**

V Čechách nejvíce informací proběhlo v médiích při uvedení projektu na českou půdu. Zajímal se tisk a proběhlo i několik reportáží v televizi. Pro nás je účast v projektu jistá reklama.

## **9. Máte informace o návštěvnosti vaší virtuální galerie?**

Ano, součástí aplikace je statistika návštěvnosti. Naše výstupy na Google Cultural Institute zatím navštívilo více jak 800 tisíc návštěvníků, polovina byla z USA.

## **10. Komunikuje s vámi Cultural Institute pravidelně?**

Ano. Byl nám přidělen pracovník, který sídlí v Londýně a má na starosti několik institucí přihlášených do projektu. Ten nám také schvaluje on-line výstavy v aplikaci a odpovídá na dotazy. Často si mailujeme a je možné se spojit i formou video hovoru.

## **11. Neobávali jste se případného poklesu návštěvnosti, ve chvíli, kdy je část zveřejněna na internetu?**

Neobávali. Jedinečnost reálného místa a předmětů je nenahraditelná.

## **12. Byla již před účastí v projektu na vašich webových stránkách k dispozici některá díla formou virtuální galerie?**

Bohužel ne, a dokonce jsme neměli ani anglickou mutaci stránek.

## **13. Napadá vás cokoliv, co by mohlo projekt vylepšit? Případně máte ještě nějaké poznatky, které žádná z otázek neobsáhla?**

Na projektu se mi líbí především nápaditost a neustálé promýšlení inovací, jak to může fungovat ještě lépe. Když jsme do projektu vstoupili, bylo možné vkládat on-line fotografie předmětů a tvořit on-line výstavy. Teď máme možnost si dokonce v dané aplikaci vytvářet video průvodce, webové stránky a další vymoženosti, které v Čechách zatím ani neznáme – například Webcast. Určitě chceme zpracovat do budoucna video průvodce pro naše muzejní objekty.

Jsou tu ale i jistá úskalí. Hlavně čas, který člověk musí projektu věnovat. Naše instituce nemá žádného IT pracovníka, který by se mohl projektu věnovat. Ve mzdovém fondu ani nemáme finance na jakéhokoli dalšího pracovníka, který by si mohl tuto

činnost vzít třeba jen na půl úvazek, a tak se s tím musíme poprat sami ve chvílích volna a po nocích. Ale myslím, že to stojí za to.

## **Příloha č. 5: Dotazník pro účastníky Google Art Projectu: Muzeum umění Olomouc**

### **1. Kontaktovali jste Google Cultural Institute sami nebo jste byli osloveni?**

Byli jsme osloveni.

### **2. Proč jste se chtěli do projektu zapojit, jaká byla vaše očekávání?**

Důvody reflektování nabídky a našeho zapojení byly následující: spolupráce s jednou z nejvýznamnějších firem/značek nejen v oblasti informačních technologií, konfrontace našich sbírek v portfoliu světových muzeí, v neposlední řadě také využití spolupráce pro vlastní publicitu, propagace naší značky a popularizace našich sbírek. Díky propojení se Street View zároveň vzniká možnost ukázat reálnou podobu naší stálé expozice.

### **3. Jak dlouho proces před zapojením do Google Art Projectu trval?**

Zhruba dva měsíce (smlouva, její překlad, konzultace s právníkem, příprava sbírkových předmětů).

### **4. Jak probíhal samotný sběr dat a celá komunikace?**

Jedná se o naše sbírkové předměty, které máme povinnost průběžně digitalizovat, takže šlo jen o dohodu s kurátory jednotlivých sbírek a s vedením muzea, které exponáty touto formou zveřejníme. Hesla byla tak jako tak připravená pro nové internetové stránky muzea, kde právě sekce Sbírkový (http://www.olmuart.cz/sbirky/) tvoří jednu ze základních částí prezentace.

### **5. Jaké je pozadí celého projektu, co se týče legislativy?**

Spolupráce probíhá na základě smlouvy, jejíž nejzávažnější část se týká autorských práv ke zveřejňovanému obsahu. Zjednodušeně řečeno: je plně na nás, jaký obsah zveřejňujeme, případné spory o autorská práva jsou však také v naší kompetenci. Proto jsme také například ustoupili od prezentace stálé expozice v Arcidiecézním muzeu Olomouc, neboť vlastníkem exponátů a autorských práv k jejich reprodukování je církev.



## **6. Vaše hodnocení účasti v projektu?**

Jedinou chybou je můj nedostatek času a kapacity. Ze strany Googlu se jedná o skvěle připravenou nabídku, ale její potenciál jsme zatím nevyužili, nevytěžili úplně.

## **7. Jaké jsou ohlasy, víte například od návštěvníků, že projekt znají?**

Při startu našeho profilu byl zájem díky tiskové zprávě a aktualitě na webu obstojný. Je však samozřejmě třeba zájem neustále přiživovat. Viz nedostatek času a kapacity.

## **8. Zajímají se o projekt média?**

Při startu našeho profilu byl zájem obstojný (osobně mám v archivu 6 článků).

## **9. Máte informace o návštěvnosti vaší virtuální galerie?**

Ano, statistiky jsou součástí editace: k 23. 4. 2015 je celkový počet zobrazení našich výstav, Street View stálé expozice Století relativity nebo jednotlivých exponátů 28 520 – a to je skvělé číslo.

## **10. Komunikuje s vámi Cultural Institute pravidelně?**

Nelze říct, že v pravidelných intervalech, ale minimálně jednou za měsíc jsme se zástupci Cultural Institute v kontaktu.

## **11. Neobávali jste se případného poklesu návštěvnosti, ve chvíli, kdy je část zveřejněna na internetu?**

Ne, to je obvyklý, ale podle mého názoru mylný argument odpůrců tohoto typu prezentace. Naopak se domníváme, že zapojení do projektu může návštěvníky do muzea přivést, neboť díky tomu propagujeme značku, sbírky, náš web... A v expozicích máme stovky dalších předmětů, které na Art Projektu neprezentujeme... Myslím, že číslo zobrazení hovoří za vše. Navíc umožňujeme i touto formou studium našich sbírek a plníme tak jednu ze zásadních funkcí muzea: edukační.

## **12. Byla již před účastí v projektu na vašich webových stránkách k dispozici některá díla formou virtuální galerie?**

Ano, i před startem spolupráce s Googlem jsme návštěvníkům starší verze našeho webu nabízeli virtuální galerie – ovšem nikoliv v takové kvalitě, jakou můžeme využít díky Googlu.

**13. Napadá vás cokoliv, co by mohlo projekt vylepšit? Případně máte ještě nějaké poznatky, které žádná z otázek neobsáhla?**

Mě osobně vylepšení nenapadá, ale napadlo zástupce Googlu, kteří nám nabídli zdarma platformu pro aplikaci pro chytré telefony. Nyní tedy intenzivně pracujeme na tom, abychom exponáty, které již na našem profilu máme, využili i v mobilní aplikaci, kterou mohou návštěvníci využít jako průvodce při prohlídce stálých i krátkodobých výstav.

## **Příloha č. 6: Dotazník pro účastníky Google Art Projectu: Židovské muzeum**

### **1. Kontaktovali jste Google Cultural Institute sami nebo jste byli osloveni?**

Kontakt proběhl z jejich strany, my jsme to zvažovali. Předpokládám, že si vytipovali potenciálně nejzajímavější partnery podle toho, jaký mají teritoriální dosah. My jsme jediné židovské muzeum v České republice a v rámci Evropy jsme jedno z mála židovských muzeí, které má tak rozsáhlé sbírky – vlastně také jediné.

### **2. Proč jste se chtěli do projektu zapojit, jaká byla vaše očekávání?**

Rozhodně jsme se chtěli ve virtuálním světě více zviditelnit a toto je jistě jedna z nejlepších cest. Myslím si, že zřetelná očekávání nemohl ze začátku ani Google. Teď po návštěvě Google Art Institute laboratoře v Paříži už mám mnohem jasnější představu o celém programu, vidím, co všechno je možné technologicky a kam asi zhruba GCI bude v nejbližších letech směřovat. V tomto směřování vidím poměrně hodně styčných bodů nejen z hlediska propagace muzejních sbírek, ale i z hlediska mé kreativní kurátorské práce. Je teď například zřejmé, že platforma GCI s neustále se vyvíjejícími možnostmi a nástroji může jistě míry sloužit i jako jakýsi „trenažér“, jehož prostřednictvím si lze zkusit různé prezentační mody, které nemusí být zamýšlené primárně pouze pro virtuální prezentace, ale i pro ty v reálném čase a prostoru. Kurátor si tam například může vytvářet v rámci virtuální galerie vizualizaci, na níž si ověří nosnost a možnosti galerijní instalace a hlavně narativní potenciál. Jinde si to tak snadno nezkusíte.

Pokud bych to měla shrnout, řekla bych, že hlavní kouzlo našeho partnerství s GCI spočívá v tom, že máme jako partneři přístup k nástrojům, jež bychom si sami těžko vlastními silami a za vlastní finance, kterých se v paměťových a obecně kulturních institucích notoricky nedostává, neměli. Žádná kulturní instituce na světě si nemůže dovolit mít vlastní laboratoř s vývojáři, kteří by vymýšleli neustále nové prvky. Partnerství v rámci GCI navíc zdá se nabízí možnost určitého dialogu mezi tvůrci technologického designu a obsahu. Kurátor ví, co chce sdělit, a ti, co vyvíjejí technologie, zase přicházejí s novými nástroji. Měli by se potkat někde uprostřed. Výhodou také je, že se zdá, že nástroje v rámci platformy nabízejí určitý prostor pro ověřování metodou pokusu a omylu. I to je u tvorby kreativních obsahů, kde se potkávají různé světy, hodně důležité.

### **3. Jak dlouho proces před zapojením do Google Art Projectu trval?**

Samotný proces našeho zapojení se byl poměrně rychlý, v řádu týdnů či zhruba dvou měsíců. Počáteční „vklad“ obnášel dávkové přidání určitého penza obrazových a textových dat pomocí předepsaných převodních tabulek. V dalších fázích je možné vybírat a přidávat předměty i jednotlivě, což je z hlediska kurátorské práce a uvažování mnohem příjemnější. Celé to funguje tak, že si napřed budujete galerii, musíte tam vždy mít vybraný předmět v odpovídajícím rozlišení a k tomu nějaká metadata. Z tohoto rezervoáru pak vybíráte objekty pro prezentace v rámci různých dalších výstav nebo aplikací. V současné době je již funkční platforma pro chytré telefony a tablety, pro jejíž účinné využití se ale doporučuje mít základnu s minimálním počtem 150 objektů.

### **4. Jak probíhal samotný sběr dat a celá komunikace?**

Sběr dat může probíhat různými způsoby. My máme dvě poměrně dobře vybavená studia již od dob, kdy jsme s digitalizací začínali, což bylo přibližně v roce 1996 – samozřejmě provádíme jejich průběžný upgrade. První sbírka, která byla kompletně digitalizovaná, byly dětské kresby z Terezína, což je přes 6000 obrázků. Dělali jsme to všechno od počátku sami, a i pro následnou zprávu obrazových dat a metadat jsme si postavili vlastní databázi. Pro nás tedy nebyl problém vybrat věci, to byl velmi rychlý proces.

Google využívá technologii Street View, která v jisté modifikaci funguje i v interiéru. Další technologií je Google Art Cam. Vývojáři z GCI postavili prototyp kamery pro snímání ve vysokém rozlišení. V současné době mají takových kamer asi pět, vytvořili itinerář, podle kterého cestují po světě a kamerou, zatím za asistence vlastního personálu, snímají na žádost partnerů různé vytipované předměty nebo třeba interiéry architektury. Podle vyjádření managementu GCI je idea taková, že v blízké budoucnosti budou moci být kamery zapůjčovány jednotlivým partnerům, kteří si je budou obsluhovat sami. Tendence spěje k tomu, aby se v Googlu zaměřili na vývoj a pak jen partnery naučili s novinkami pracovat a motivovali je k jejich kreativnímu využití.

### **5. Jaké je pozadí celého projektu, co se týče legislativy?**

To je trochu složitější. V principu sice platí, že vše, co do GCI vložíte, zůstává výhradním intelektuálním vlastnictvím vkladatele – tedy partnera –, ale současně se

každý partner smluvně zavazuje k tomu, že Google může poskytnutá data používat v různých modifikacích a dále je poskytovat svým partnerům – tedy neomezenému množství dalších stran, jejichž výčet se může v průběhu času měnit a stále růst. Toto samozřejmě staví každého partnera GCI do obtížné pozice a je jasné, že tím pádem v rámci GCI nelze sdílet zdaleka vše. Je mnoho materiálů, ke kterým, i když jsme vlastníkem materiálního substrátu (uměleckého díla, archivního dokumentu atd.), nemáme autorská ani licenční práva. To se týká například všech děl, kde neuplynulo 70 let od smrti autora a nespádají do kategorie „public domain“.

## **6. Vaše hodnocení účasti v projektu?**

Myslím, že rozvoj GCI je hodně živý, že se platforma profiluje takzvaně „za pochodu“ a že se z velké části až v tomto procesu ukazuje, k čemu všemu může sloužit a jaký je její potenciál. Podle mého názoru ani Google na začátku nemohl vědět, co všechno projekt přinese. Všichni jsme tušili velké možnosti, ale jak už jsem zmínila dříve, teď jde hlavně o to, aby se dva světy, které se minimálně v rámci GCI setkaly, vzájemně pochopily a našly optimální způsob kreativní komunikace. Myslím, že jedině tak může vznikat něco podstatného s plným využitím potenciálu, který GCI jako platforma nabízí.

To, co v současné době v rámci GCI prezentujeme, je v podstatě vše, co jsme se rozhodli sdílet hned na začátku. Je to taková galerie ikon a současně předmětů reprezentujících typologickou rozmanitost fondů pražského Židovského muzea. Zdaleka nejde jen o umělecké sbírky, ale i o obřadní předměty – zejména stříbro a textil, zastoupeny jsou zde také rukopisy, vzácné tisky a samozřejmě též archivní dokumenty. Nic dalšího jsme zatím nepodnikali a spíše jsme chtěli vidět, kam se GCI dále posune, jak se bude vyvíjet. Teď po semináři v Paříži je spousta věcí o mnoho jasnější a ukazuje se také stále jasněji, že GCI reprezentuje určitý trend, který se už nyní významně odráží nejen v tvorbě a prezentaci digitálních obsahů – třeba tzv. *digital storytelling* či, chcete-li *digital curating* – ale také ve způsobu, jakým získáváme informace, jak si plánujeme naše cesty za poznáním nebo za zábavou...

Mám-li opět udělat jakési resumé, volili jsme záměrně vyčkávací taktiku, chtěli jsme zjistit, co by nám projekt potenciálně mohl přinést, jaká by se mohla objevit úskalí, čemu je lépe se vyhnout, ale zejména jak naše partnerství v GCI využít v rámci vlastní komunikační a PR strategie. V poslední době jsme například věnovali značné úsilí tvorbě nového webu, ale především také zpřístupnění našich sbírek on-line. To je jeden z našich velkých projektů, jehož první výsledky by měly být viditelné ještě před koncem

letošního roku. Tyto projekty samozřejmě děláme, stejně jako dlouhodobý projekt digitalizace sbírek, ve vlastním zájmu a v rámci vlastního rozvoje bez dalších partnerů. Máme samozřejmě zájem na tom být maximálně otevřená instituce, která se o své nesmírné bohatství – a v našem případě to zdaleka není nadsázka – dělí s širokou veřejností a přispívá tak ke zvyšování úrovně vzdělání a kvality znalostí z oblasti židovské kultury, umění, historie a tradic. V případě těchto projektů jde ale o něco jiného, než v případě GCI. Publikací sbírek on-line umožníme badatelům i zájemcům z řad laické veřejnosti studium veřejné části našich katalogů, které obsahují výsledky odborného zpracování shromažďovaného a uchovávaného dědictví. Zatímco GCI je nástroj pro komunikaci, která má pokud možno zaujmout na první pohled, sbírky on-line jsou prostě plošným zpřístupněním obsahu fondů s inkrementálním nárůstem a kontinuální aktualizací metadat.

#### **7. Jaké jsou ohlasy, víte například od návštěvníků, že projekt znají?**

Zatím, vzhledem k již výše řečenému, žádné zásadní specifické ohlasy nemáme, ale to se, předpokládám, změní, až začneme platformu a její nástroje více využívat.

#### **8. Zajímají se o projekt média?**

Myslím, že pokud jde o GCI obecně média zatím spíše reagují na kampaň, kterou se snaží kolem celé iniciativy organizovat hlavně sám Google. Je to ale logické – tam se tvoří strategie něčeho, co je prozatím stále ještě dost nové.

#### **9. Máte informace o návštěvnosti vaší virtuální galerie?**

Určitou základní analytiku máme k dispozici, ale grafy návštěvnosti a žebříčky nejpopulárnějších předmětů v galerii zatím jednoznačně odráží skutečnost, že jsme dále naši GCI účast zvláště nerozvíjeli. Je ale jasné, že čím více nového obsahu přidáváte, čím více tvoříte a dáváte o sobě vědět i formou cílených kampaní, tím větší je logicky o vás virtuální zájem.

#### **10. Komunikuje s vámi Cultural Institute pravidelně?**

Prozatím existuje digitální newsletter, který GCI rozesílá svým partnerům v sice pravidelných, ale nikterak četných intervalech. Myslím ale, že jsou také v GCI zcela správně obezřetní a dávají si pozor, aby své partnery zbytečně nezahlcovali množstvím

informací, které by mohly mnohdy být i nadbytečné. Z diskusí v Paříži vyplynulo – a přiznali to sami manažeři GCI –, že komunikace s partnery dosud nefungovala příliš dobře a že velké dluhy byly zejména v kontaktech na té pro rozvoj nejdůležitější, tedy kreativní úrovni. To by se ale mělo do budoucna změnit a pařížský seminář je toho jedním z důkazů.

Manažeři GCI také myslím začínají více chápat modely fungování kulturních institucí, včetně toho, že sice existuje jejich management, ale současně také ti, co tvoří obsahy, znají sbírky a jejich potenciál. Začínají si myslím také uvědomovat, že zdaleka ne všechny paměťové instituce – zejména ty menší – mají vlastní digitální strategii a zvláštní oddělení, které by se věnovalo čistě využití tzv. *digital assets*. To je i případ pražského Židovského muzea. Hlavní kreativní silou je kurátor nebo příslušný správce knihovního či archivního fondu. Ten se ale stará, samozřejmě za pomoci dalších specialistů, o mnohem více než pouze o generování digitálních dat a jejich další prezentaci a využití. Logicky pak není reakce na straně kulturních institucí tak pružná a rychlá, jak by si možná v GCI představovali, ale taková je prostě realita.

Aby bylo možné vyprávět příběhy, je potřeba k tomu napřed mít například seriózní výzkum, který musí někdo provést, a to je samozřejmě zdlouhavá a kontinuální práce. To vše samozřejmě platí za předpokladu, že mluvíme o klasické paměťové instituci, nikoliv o muzeu jako fabuli, což je samozřejmě také možné, jak ukazuje Museum of Innocence Orhana Pamuka – ale to je ve světě muzeí svého druhu rarita a vlastně jakási forma metahry.

## **11. Neobávali jste se případného poklesu návštěvnosti, ve chvíli, kdy je část zveřejněna na internetu?**

Nemyslím si, že bychom se něčeho takového měli obávat. Virtuální návštěva nikdy nenahradí reál – alespoň v případě pražského Židovského muzea, které je součástí jedinečné historické čtvrti v památkové zóně UNESCO, rozhodně ne. Je to samozřejmě komplexní otázka a zatím, pokud vím, neexistují žádné spolehlivé studie, které by ji nějak seriózně zkoumaly. O tématu se tedy dá spíše jen spekulovat, jenže, jak dobře víme, každý argument prostě přirozeně plodí protiargument, takže akademické úvahy nám jen těžko umožní zjistit, jak se věci doopravdy mají. Mezi muzei a dalšími kulturními institucemi také existuje řada rozdílů, všichni máme nějaká specifika, výhody a nevýhody, takže po mém soudu ani není dost dobře možné stavět na

příkladech odjinud. Každý si musí zvážit, jak se chce prezentovat, aby si současně nekonkuroval, ale já si osobně myslím, že v principu si účastí na GCI žádná instituce nemůže uškodit – spíše naopak. Myslím, že prostřednictvím GCI mohou muzea, jinak třeba i celkem tradičně zaměřená, významně rozšiřovat spektrum potenciálních návštěvníků a oslovit třeba i skupiny, které byly dosud v návštěvnickém spektru výjimkou nebo v něm zcela chyběly. Další je možnost informovat již existující publikum o novinkách a motivovat návštěvníky, aby se vraceli. Je mnoho věcí, které účastí v GCI může kulturní a paměťová instituce získat, záleží jen, co, jak a proč chce komunikovat. Dokážu si představit, že GCI může být i jedním z nástrojů, kterého lze využít k tomu, jak návštěvnost ovlivňovat a vytvořit si o ní jistý mnohem strukturovanější přehled, což je samozřejmě neocenitelný PR a marketingový nástroj. Obavy a skeptické názory samozřejmě zaznívají, já osobně ale vidím spíše klady. Mohu-li si dovolit trochu nadsázky a použít metaforu, GCI je vlastně něco jako taková upoutávka na film a myslím, že by asi nikoho nenapadlo říct „viděl jsem upoutávku a to mi stačí, na film už do kina nemusím“. Pokud tedy potenciálního diváka ta ochutnávka výslovně neodradí, ale to už je úplně jiná otázka.

**12. Byla již před účastí v projektu na vašich webových stránkách k dispozici některá díla formou virtuální galerie?**

Ano, ale velice výběrově, i když poslední dobou jich tam valem přibývá. Jen náš archiv projektu „Předmět měsíce“, který běží od července 2004, už obsahuje 131 předmětů.

**13. Napadá vás cokoliv, co by mohlo projekt vylepšit? Případně máte ještě nějaké poznatky, které žádná z otázek neobsáhla?**

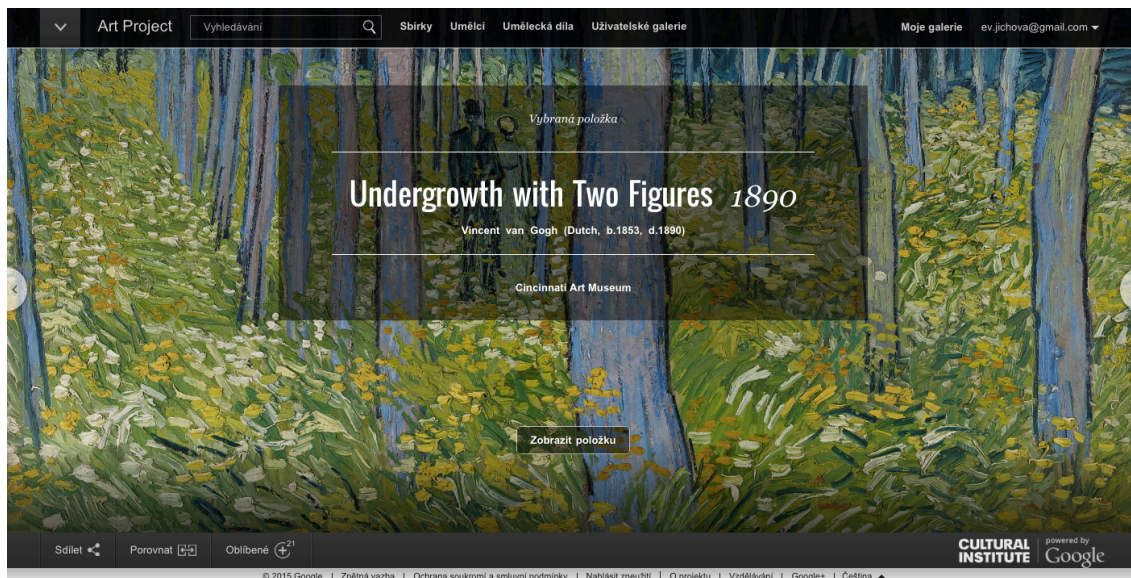
Podle mého názoru již všem svítá a chápou, že se ony dva světy – tedy svět technologického designu a svět paměťových a kulturních institucí – vzájemně potřebují a že si mohou být vzájemně velice prospěšné. Google teď ve spolupráci s partnery projektu GCI rozvíjí oblast digitálního kurátorství a sféry, již se anglicky říká *digital storytelling*. Je pravda, že využití digitálních nástrojů může v podstatě do jisté míry nahradit výstavy v reálném čase a prostoru, což je ovšem podle mého názoru prospěšné a svým způsobem osvobozující. Dělat výstavy v reálném čase a prostoru, zvláště v období, kdy kulturní instituce nemají moc peněz, není úplně jednoduché, a život



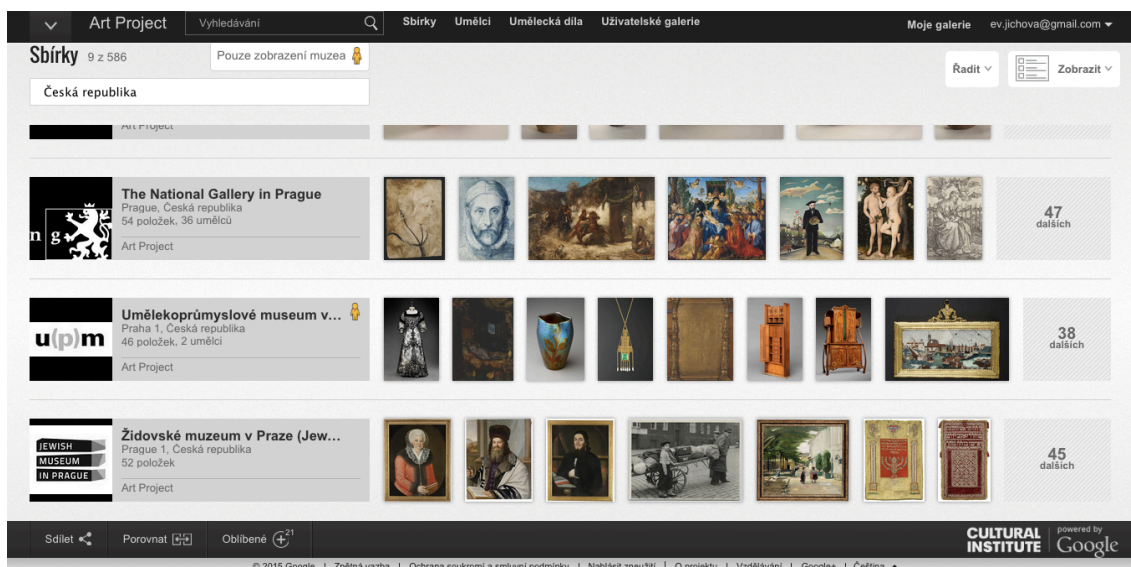
takových zpravidla dosti nákladných projektů s mizivou finanční návratností je jen velice krátký. Digitální svět naproti tomu skýtá nové možnosti – lze v něm komunikovat spoustu obsahů, které návštěvník nemá jinak šanci reálně prožít. To je bezpochyby skvělé. Další oblast, na kterou se GCI nyní začíná zaměřovat, jsou i další formy umění a kultury. Sem patří takzvaná *performing arts* neboli živé umění nebo třeba literatura, která se nemusí zdaleka prezentovat jen formou tradičních, ať již tištěných nebo elektronických knih.

Obecně mám z GCI dojem, že na straně Googlu jde zejména o podněcování a stimulaci zájmu o využívání kontinuálně se rozvíjející digitální platformy. Tím samozřejmě Google získává přístup k množství dat, která, jak praví jeho korporátní slogan, organizuje v globálním měřítku. Partneři pak získávají možnost využívat buď již existující nástroje, nebo dokonce iniciovat i vývoj nástrojů nových, přičemž ovšem platí, že ty pak musí být využitelné pro daleko širší spektrum zájemců, nikoli pouze pro jedinou instituci. Konečně myslím, že je také třeba ocenit, že poměrně rychle došlo na straně managementu GCI k uvědomění si kouzla a síly malých věcí, detailů a možností jiných pohledů, které umožňuje například maximální zvětšení nebo SD scanning. GCI se zdaleka nezaměřuje již jen na velká muzea umění a slavná díla, ale třeba i na muzea sociální a kulturní historie, k nimž patří i Židovské muzeum v Praze. Už dávno nejde jen o krásu a výjimečnost samotných artefaktů, ale o kontext a příběh, který se za nimi skrývá. Při současném počtu více než 700 partnerů je GCI již značně zajímavou platformou, kterou se vyplatí navštěvovat už z hlediska rozmanitosti materiálu, který tam mohou virtuální návštěvníci hledat a třeba i „digitálně sbírat“ a sdílet s vybraným okruhem příjemců.

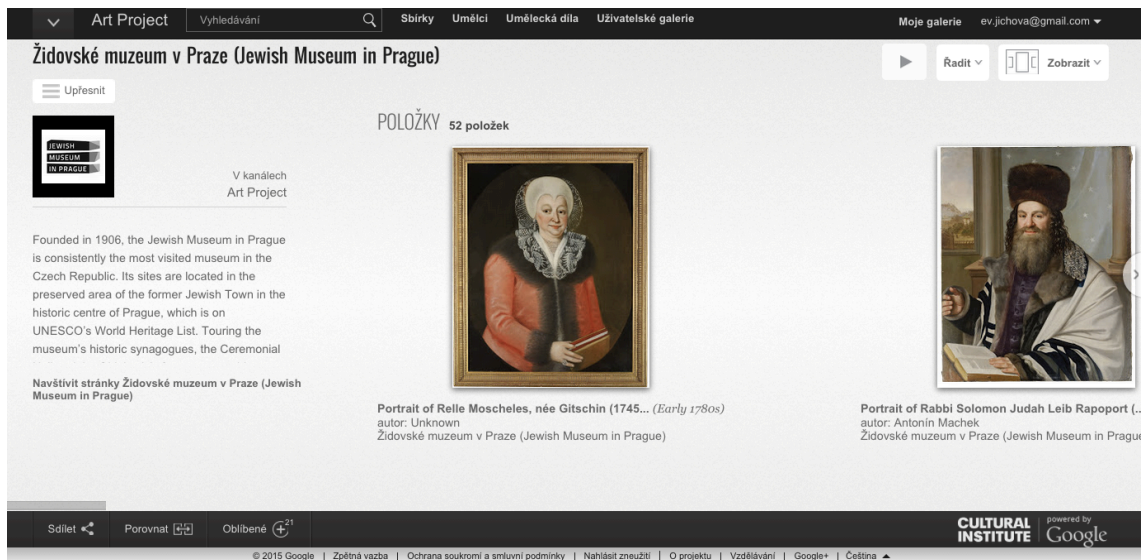
## Příloha č. 7: Úvodní strana Google Art Projectu (obrázek)



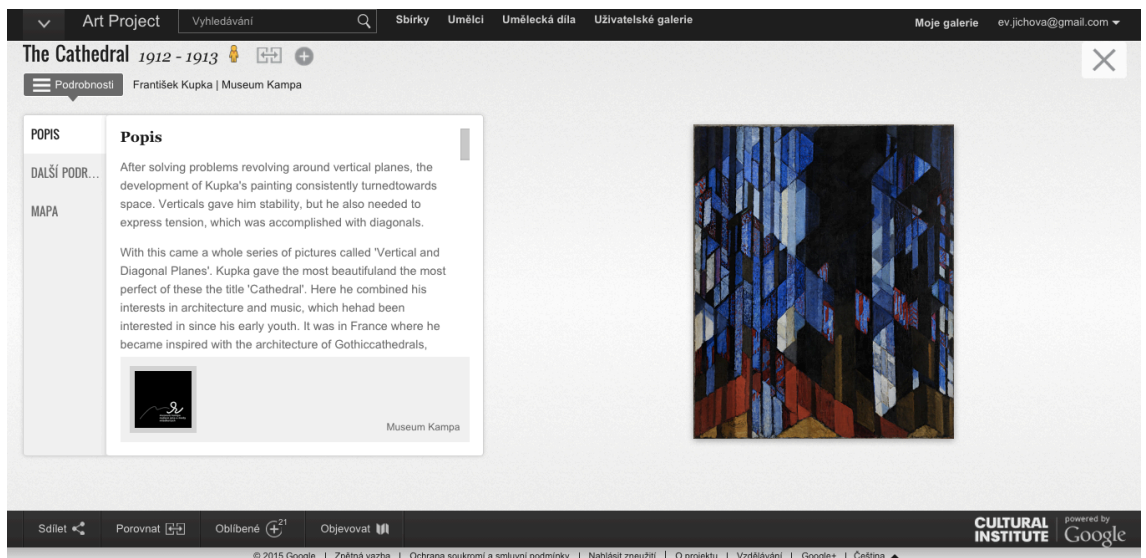
## Příloha č. 8: Zobrazení institucí České republiky v Google Art Projectu (obrázek)



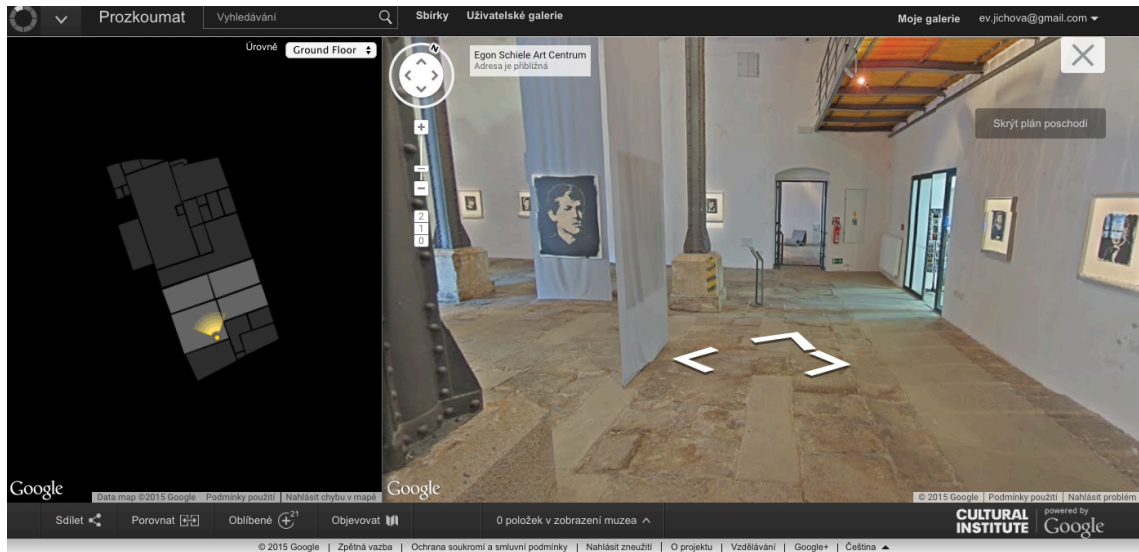
## Příloha č. 9: Úvodní strana Židovského muzea v Praze (obrázek)



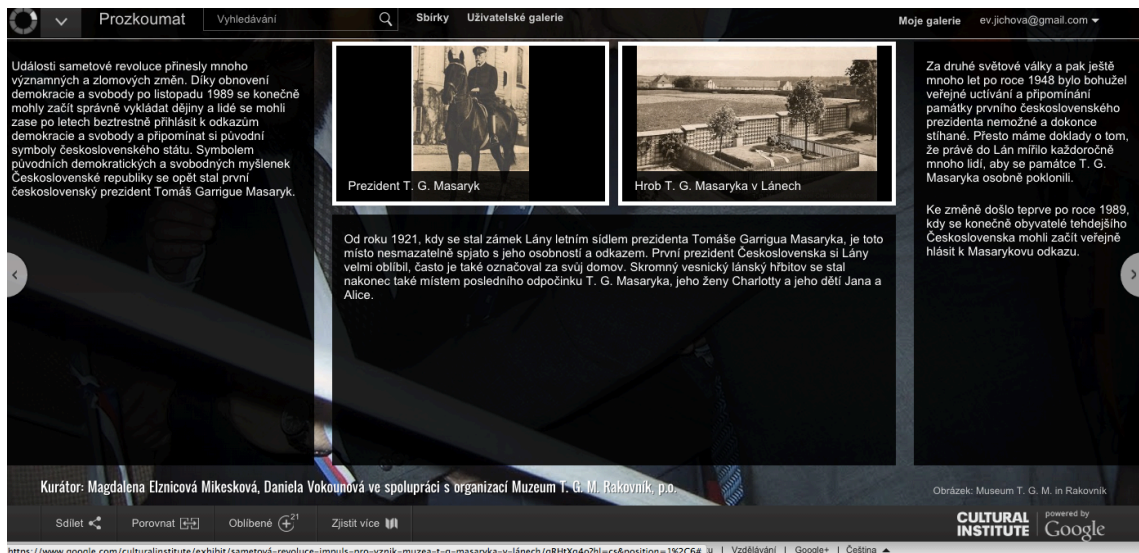
## Příloha č. 10: Popis obrazu Katedrála od Františka Kupky v rámci Google Art Projectu (obrázek)



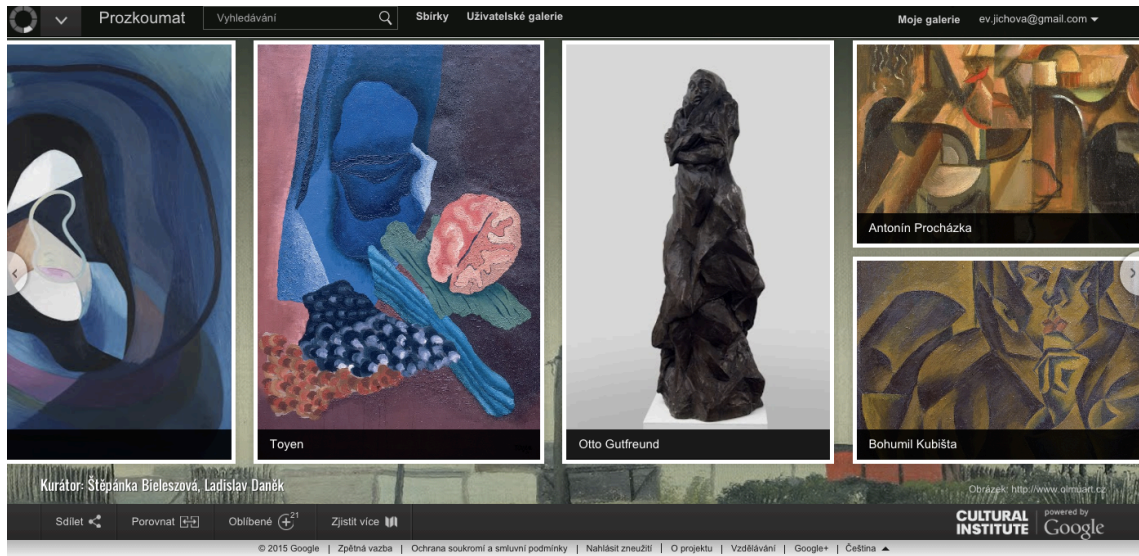
## Příloha č. 11: Zobrazení Egon Schiele Art Centra pomocí Street View (obrázek)



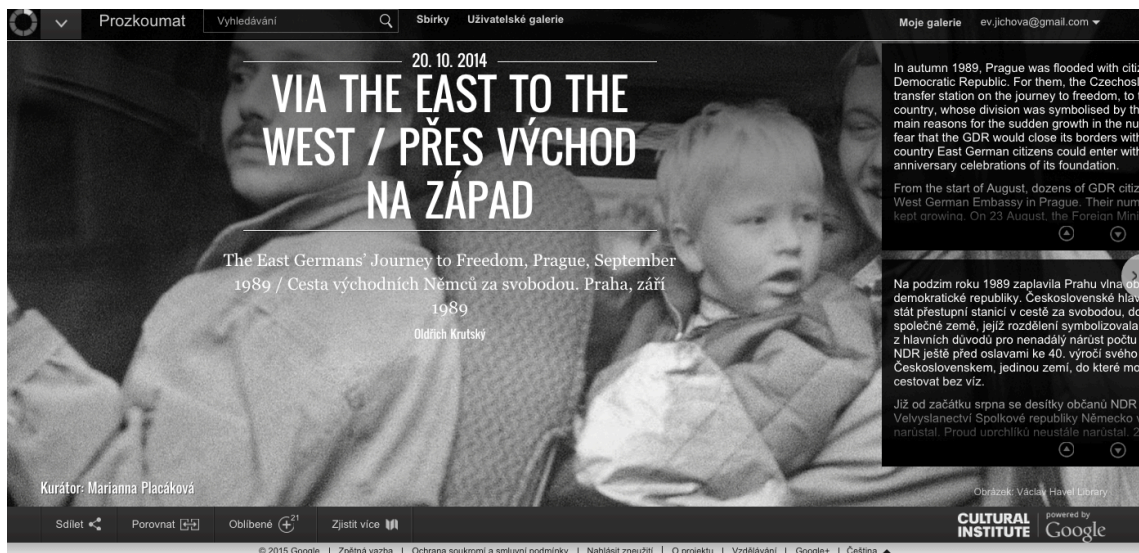
## Příloha č. 12: On-line výstava Muzea T. G. M. *Sametová revoluce – impuls pro vznik Muzea T. G. Masaryka v Lánech* (obrázek)



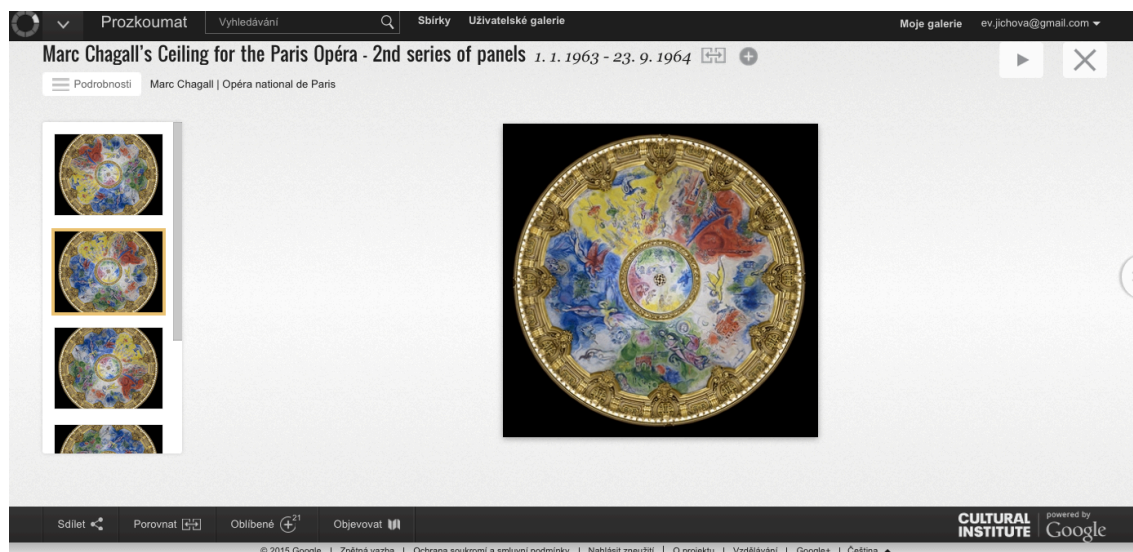
### Příloha č. 13: On-line výstava *Století relativity* Muzea umění Olomouc (obrázek)



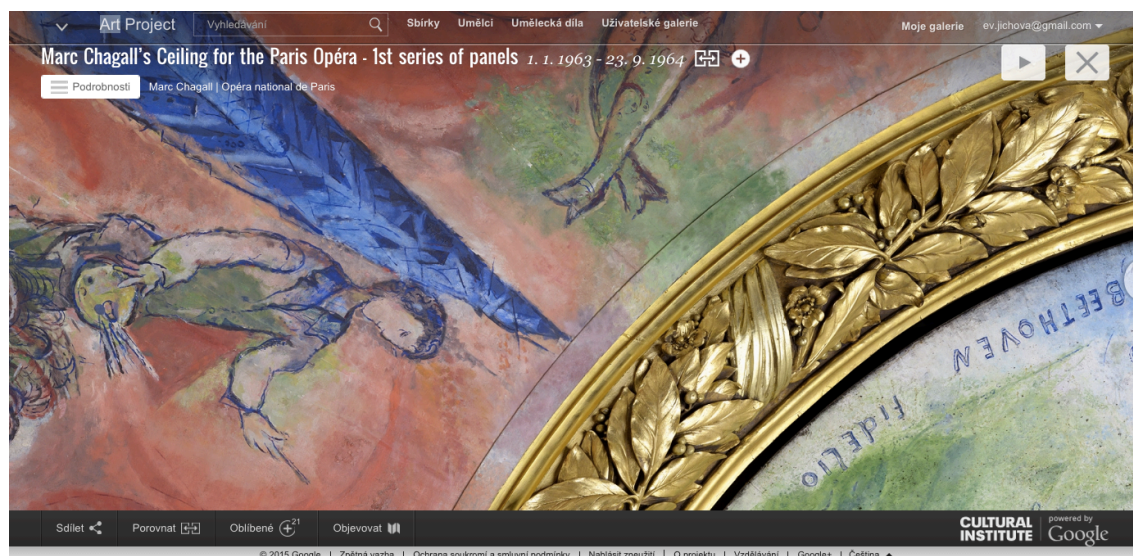
### Příloha č. 14: On-line výstava *Přes východ na západ* Knihovny Václava Havla (obrázek)



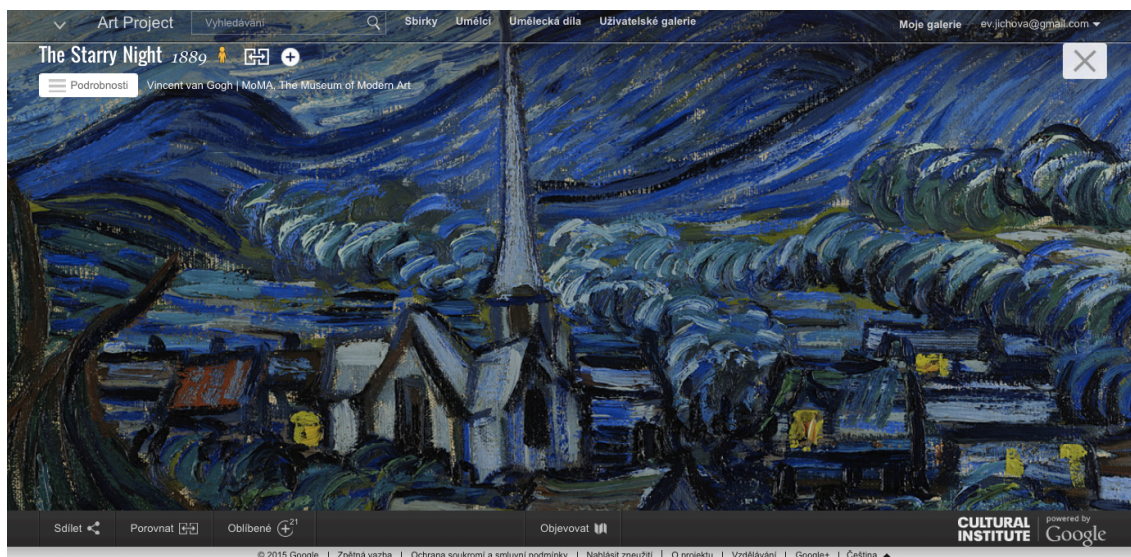
## Příloha č. 15: Strop pařížské Opéry Garnier (obrázek)



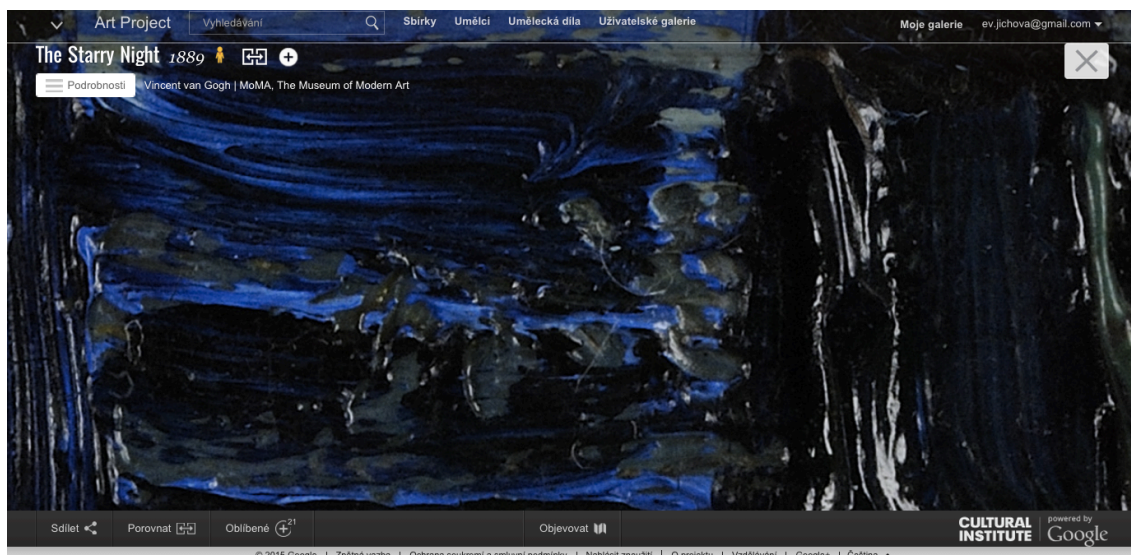
## Příloha č. 16: Strop pařížské Opéry Garnier přiblížený funkcí Gigapixel (obrázek)



**Příloha č. 17: Přiblížení obrazu hvězdná noc Vincenta van Gogha funkcí Gigapixel (obrázek)**



**Příloha č. 18: Maximální přiblížení obrazu hvězdná noc Vincenta van Gogha funkcí Gigapixel (obrázek)**



## Příloha č. 19: Uživatelské galerie Google Art Projectu (obrázek)

