

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

**Eva Jíchová**

**Google Art Project: význam a přínos v rámci  
medializace kulturního dědictví**

*Diplomová práce*

Praha 2015

Autor práce: **Bc. Eva Jíchová**

Vedoucí práce: **PhDr. Pavel Dolanský**

Rok obhajoby: **2015**

## **Bibliografický záznam**

JÍCHOVÁ, Eva. *Google Art Project: přínos a význam v rámci medializace umění. Praha, 2015. 84 s.* Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Pavel Dolanský.

## **Abstrakt**

Kulturní instituce dnes využívají moderní způsoby komunikace s návštěvníkem, snaží se být interaktivní, zapojit diváka do expozice. I prezentace uměleckých děl se neustále mění, nové technologie poskytují stále nové možnosti komunikace. Práce se zabývá konceptem virtuální galerie zvané Google Art Project, který zpřístupňuje vybraná umělecká díla ze sbírek svých partnerských institucí. Google Art Project dává institucím možnost bezplatně využít technologií nejvyšší úrovně k zaznamenání svých kolekcí. Tato platforma tak zajišťuje širší přístupnost k umění než kdy dříve. Práce podává komplexní informace o projektu z jeho technického i organizačního hlediska. Zaměřuje se na pohled českých muzeí, galerií, knihoven a kulturních zařízení, které jsou partnery Googlu, důraz je kladen na jejich vnímání spolupráce, technologických požadavků, návštěvnosti, ale i komunikace ze strany samotného Google Cultural Institutu.

## **Abstract**

Nowadays, cultural institutions use modern ways how to communicate to people. Institutions tend to be interactive and engaging attendees to expositions. Technological improvements bring even new kinds of art pieces presentation. Thesis focuses on virtual gallery concept, called Google Art Project. Concept brings selected art pieces from art collection institutions. Google Art Project has given opportunity to use high quality technology to upload institutional works for free. In fact platform enables closer interaction than before. Work gives complex understanding on project technical and organisational point of view. Further focuses on Czech Google partnership organisations, stress is put on mutual perception of cooperation, technological tasks, views, whole project contribution and at the same time on Google Cultural Institute communication.

## **Klíčová slova**

Google Art Project, digitalizace, prezentace umění, technologie, virtuální galerie, Česká republika

## **Keywords**

Google Art Project, Digitalization, Art Presentation, Technology, Online Gallery, Czech Republic

**Rozsah práce: 110 720 znaků**

## **Prohlášení**

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 27. 7. 2015

Bc. Eva Jíchová

## **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala všem respondentům, PhDr. Pavlovi Dolanskému za trpělivost a cenné rady a mým blízkým za nekonečnou podporu.

<b>Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK</b> <b>Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce</b>	
<b>TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:</b>	
<b>Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:</b> Eva Jíchová	<b>Razítko podatelny:</b>
<b>Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:</b> 2010	
<b>E-mail diplomantky/diplomanta:</b> ev.jichova@gmail.com	
<b>Studijní obor/forma studia:</b> Mediální studia / Prezenční	
<b>Předpokládaný název práce v češtině:</b>	
Google Art Project: Význam a přínos v rámci medializace kulturního dědictví.	
<b>Předpokládaný název práce v angličtině:</b>	
Google Art Project: Importance and Contribution of the Media Coverage of Cultural Heritage.	
<b>Předpokládaný termín dokončení</b> (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013) (diplomovou práci je možné odevzdat <u>nejdříve</u> po dvou semestrech od schválení tezí) <b>LS 2013/2014</b>	
<b>Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování</b> (max. 1800 znaků):	
<p>Prezentace uměleckých děl se v průběhu staletí mění. V současné době stále se vyvíjejících technologií přichází značné změny v této oblasti. Kulturní instituce rovněž využívají moderní způsoby komunikace s návštěvníkem, snaží se být interaktivní, případně zapojit diváka do expozice. Logickým krokem v době vlády internetu tedy je i zpřístupnění sbírek on-line, ať již kompletních či jen nejvýznamnějších děl. Samostatně tak některé z nich činily na svých webových stránkách.</p> <p>V roce 2010 společnost Google založila Google Cultural Institute za účelem pomoci zachovat a podporovat kulturu on-line. Pod jeho záštitou vzniklo velké množství projektů včetně konceptu Art Project, kterým se práce bude zabývat blíže.</p> <p>Art Project byl spuštěn 1. února roku 2011. Partnerem projektu je více než 250 muzeí a kulturních institucí po celém světě. Smyslem projektu je zpřístupnit umění každému, smazat vzdálenost mezi institucí a návštěvníkem a nabídnout divákovi detailní pohledy na díla. Partnerem nejsou jen muzea či galerie, ale i významné objekty, jako například francouzské Versailles nebo Bílý dům ve</p>	

Washingtonu. V rámci České republiky jsou partnery programu Museum Kampa a Národní galerie v Praze.

**Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků):**

Předpokládaným cílem práce je poskytnout ucelený obraz o Google Cultural Institute a jeho projektech s podrobným rozbohem jednoho z nich, programu Art Project. Zhodnocení, jaký je jeho přínos pro jeho partnery, tedy instituce, které se projektu účastní, jaká byla očekávání českých partnerů programu při vstupu do projektu.

Zaměří se rovněž na otázku, zda tento internetový projekt neohrozí reálnou návštěvnost instituce jako takové.

**Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):**

## 1. Úvod

## 2. Historie prezentace uměleckých děl

## 3. Google

### 3.1 Google Cultural Institute a jeho projekty

#### 3.1.1 Art Project

#### 3.1.2 World Wonders Project

#### 3.1.3 Archive Exhibitions

## 4. Art Project

### 4.1 Zahájení projektu a jeho průběh

### 4.2 Přijetí projektu veřejností a odborníky

### 4.3 Popis webové aplikace a její možnosti

### 4.4 Přínos projektu

### 4.5 Budoucnost projektu

## 5. Čeští zástupci v Art Project

### 5.1 Proces vstupu instituce do projektu

### 5.2 Národní galerie v Praze

### 5.3 Museum Kampa

## 6. Analýza návštěvnosti institucí a jejich webových stránek

## 7. Přínos programu Art Project pro jeho partnery

## 8. Závěr

**Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období):**

Při výzkumu bude využito výročních zpráv institucí, jejich interních zdrojů a



webových stránek. Zároveň také dat, která poskytují organizace či společnosti zabývající se výzkumem návštěvnosti muzeí: VSA – Visitor Studies Association (Asociace výzkumu návštěvníků), EGMUS – The European Group on Museum Statistics (Evropská skupina pro muzejní statistiku). V případě Národní galerie v Praze lze rovněž využít dat Národního informačního a poradenského střediska pro kulturu (NIPOS).

Návštěvnost vybraných partnerů projektu a jejich webových stránek bude analyzována v období jednoho roku před zapojením do projektu a šest měsíců po zapojení.

Pro analýzu webových stránek budou využity stránky vybraných institucí, například: MoMA - Museum of Modern Art v New Yorku ([www.MoMA.org](http://www.MoMA.org)), Albertina ve Vídni ([www.albertina.at](http://www.albertina.at)), Museo Reina Sofia v Madridu ([www.museoreinasofia.es](http://www.museoreinasofia.es)), Musée d'Orsay v Paříži ([www.musee-orsay.fr](http://www.musee-orsay.fr)) a dalších.

#### **Metody (techniky) zpracování materiálu:**

Komparativní analýza návštěvnosti institucí (návštěvníků v muzeu i na webových stránkách), přístupu k projektu a možnostech, které využily k propagaci ve spojení s Art Project. Následné zhodnocení očekávání vybraných institucí s reálnými výsledky po zapojení do projektu.

**Základní literatura** (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

KOTLER, Philip. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2.

Philip Kotler se v této publikaci zabývá všemi oblastmi marketingu, včetně marketingového mixu, možností online marketingu a využití digitální médií, poskytuje tak komplexní vhled do problematiky.

KOTLER, Neil G., Philip KOTLER, Wendy I. KOTLER. *Museum Marketing and Strategy: Designing Missions, Building Audiences, Generating Revenue and Resources*. 2nd ed. San Francisco: Jossey-Bass, c2008, 511 p. ISBN 978-078-7996-918.

Kniha informuje o množství marketingových strategií a technik, poskytuje rámec pro zkoumání marketingu a strategických cílů ve vztahu k poslání muzea, jeho příležitostem a cílům. Popisuje, jakým způsobem má muzeum využít možnosti marketingu například při budování publika nebo i v rámci samotných výstav.

RENTSCHLER, Ruth a Anne HEDE. *Museum Marketing: Competing in the Global Marketplace*. Oxford, 2007.

Kniha popisuje celkovou proměnu muzeí, jejich marketingu a způsobu prezentace. Doba digitalizace rovněž přináší nové způsoby komunikace muzea s návštěvníkem a také mění jejich pohled na ně jakožto na zákazníka.

NEGROPONTE, Nicholas. *Digitální svět*. Vyd. 1. Praha: Management Press, 2001, 207 s. ISBN 80-726-1046-5.

Autor popisuje, jak digitalizace mění naše myšlení, způsob života a interakci s druhými, jak zkracuje či zcela eliminuje vzdálenosti. Věnuje se také negativním důsledkům digitalizace a pokroku v rámci informačních technologií.

WISE, David A. a Mark MALSEED. *Google story*. Praha: Pragma, 2007, 363 s. ISBN 978-80-7349-034-8.

Kniha přináší komplexní pohled na produkt a mediální firmu, která ovládla nejnovější technologie a během několika let zpřístupnila informace o čemkoli na světě. Popisuje firmu od jejího zrodu až po její současné produkty a cíle, včetně digitalizace významných děl.

KESNER, Ladislav. *Muzeum umění v digitální době: vnímání obrazů a prožitků umění v soudobé společnosti*. Vyd. 1. Praha: Národní galerie v Praze, 2000, 259 s. ISBN 80-720-3252-6.

Kniha pojednává o významu muzea jako specifické kulturní formy. Zabývá se nejen samotným fenoménem muzea, ale i návštěvníkem a jeho percepcí, stejně tak marketingovými postupy uplatňovanými v prostředí muzeí. Zároveň popisuje zvýraznění významu muzea novými vizuálními a komunikačními technologiemi.

HENDL, Jan. *Přehled statistických metod zpracování dat: analýza a metaanalýza dat*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004, 583 s. ISBN 80-717-8820-1.

Kniha představuje základní pojmy statistiky, metodologie vědy a empirického výzkumu, popisuje základy statistického myšlení a některé důležité metody analýzy dat. Věnuje se i již zmíněné kvantitativní analýze.

**Diplomové a disertační práce k tématu** (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

PETÁKOVÁ, Tereza. *Muzeum pro současného diváka* [online]. Brno, 2011 [cit. 2013-06-05]. Dostupné z: [http://is.muni.cz/th/180646/ff\\_m/Muzeum\\_pro\\_soucasneho\\_divaka.pdf](http://is.muni.cz/th/180646/ff_m/Muzeum_pro_soucasneho_divaka.pdf).  
Magisterská diplomová práce. Masarykova univerzita. Vedoucí práce Ing. František Svoboda, Ph.D.

SINGER, Michael. *Internet jako prezentace muzeí a galerií*. [online]. Brno, 2011 [cit. 2013-06-05]. Dostupné z: [http://is.muni.cz/th/102350/ff\\_m\\_a2/2011-DiplomovaPrace.pdf](http://is.muni.cz/th/102350/ff_m_a2/2011-DiplomovaPrace.pdf).  
Magisterská diplomová práce. Masarykova univerzita. Vedoucí práce Mgr. Pavel Holman.

SEDLÁČEK, Vojtěch. *Fenomén Google* [online]. Praha, 2007 [cit. 2013-06-05]. Dostupné z: <http://ckis.cuni.cz/>.  
Magisterská diplomová práce. Univerzita Karlova. Vedoucí práce Richard Papík.

**Datum / Podpis studenta/ky**

**27. 6. 2013**

.....

<b>TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:</b>	
<b>Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:</b>	
<b>Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:</b>	
<b>Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.</b>	
<b>Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.</b>	
PhDr. Pavel Dolanský .....	
<b>Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga pedagožky/pedagoga</b>	<b>Datum / Podpis</b>

# Obsah

<b>OBSAH</b> .....	<b>1</b>
<b>ÚVOD</b> .....	<b>3</b>
<b>1 VZNIK A VÝVOJ KULTURNÍCH INSTITUCÍ</b> .....	<b>5</b>
1.1 <i>HISTORIE SBĚRATELSTVÍ A POČÁTKY MUZEÍ</i> .....	5
<b>2 GOOGLE INC., JEHO HISTORIE A VÝVOJ</b> .....	<b>9</b>
2.1 <i>GOOGLE CULTURAL INSTITUTE A JEHO PROJEKTY</i> .....	9
2.1.1 <i>Art Project</i> .....	10
2.1.2 <i>World Wonders Project</i> .....	10
2.1.3 <i>Historické okamžiky</i> .....	11
<b>3 GOOGLE ART PROJECT</b> .....	<b>12</b>
3.1 <i>VZNIK A VÝVOJ</i> .....	12
3.2 <i>TECHNICKÉ ZÁZEMÍ PROJEKTU</i> .....	14
3.2.1 <i>Street View</i> .....	14
3.2.2 <i>Přiblížení pomocí „microscope view“</i> .....	15
3.2.3 <i>Nástroj „Gigapixel“</i> .....	15
3.3 <i>POPIS WEBOVÉ STRÁNKY GOOGLE ART PROJECTU</i> .....	15
3.4 <i>ÚČAST V PROJEKTU</i> .....	18
3.5 <i>KOMUNIKAČNÍ NÁSTROJE GAP</i> .....	18
<b>4 ČESKÉ INSTITUCE ZAPOJENÉ V PROJEKTU</b> .....	<b>20</b>
4.1 <i>MUSEUM KAMPA</i> .....	20
4.3 <i>ŽIDOVSKÉ MUZEUM V PRAZE</i> .....	21
4.4 <i>EGON SCHIELE ART CENTRUM</i> .....	22
4.5 <i>UMĚLECKOPRŮMYSLOVÉ MUZEUM V PRAZE</i> .....	22
4.6 <i>MUZEUM UMĚNÍ OLMOUC</i> .....	23
4.7 <i>MORAVSKÁ GALERIE V BRNĚ</i> .....	23
4.8 <i>MUZEUM VÝCHODNÍCH ČECH V HRADCI KRÁLOVÉ</i> .....	24
4.9 <i>KNIHOVNA VÁCLAVA HAVLA</i> .....	24
4.10 <i>MUZEUM T. G. MASARYKA</i> .....	24
4.11 <i>NADACE DAGMAR A VÁCLAVA HAVLOVÝCH VIZE 97</i> .....	25
4.12 <i>MUZEUM POLICIE ČESKÉ REPUBLIKY</i> .....	25
4.13 <i>OBLASTNÍ GALERIE LIBEREC</i> .....	26
4.14 <i>SROVNÁNÍ SE ZAHRANIČNÍMI INSTITUCEMI</i> .....	26
<b>5 GOOGLE ART PROJECT OČIMA ČESKÝCH INSTITUCÍ</b> .....	<b>28</b>
5.1 <i>METODIKA VÝZKUMU</i> .....	28
5.2 <i>PRŮBĚH VÝZKUMU</i> .....	29
5.2.1 <i>Navázání kontaktu s GCI</i> .....	29
5.2.2 <i>Motivace a očekávání</i> .....	31
5.2.3 <i>Proces vstupu do projektu</i> .....	32
5.2.4 <i>Digitalizace děl a sběr dat</i> .....	32

5.2.5	Legislativa.....	33
5.2.6	Hodnocení účasti v projektu .....	34
5.2.7	Zpětná vazba návštěvníků .....	35
5.2.8	Zájem médií .....	36
5.2.9	Návštěvnost on-line.....	36
5.2.10	Komunikace s GCI .....	37
5.2.11	Obavy o pokles návštěvnosti .....	38
5.2.12	Dosavadní formy virtuální prezentace .....	39
5.2.13	Podněty .....	39
<b>5.3</b>	<b>NEDOSTATKY GOOGLE ART PROJECTU.....</b>	<b>41</b>
5.3.1	Organizační nedostatky.....	41
5.3.2	Technické nedostatky.....	43
	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>44</b>
	<b>SUMMARY .....</b>	<b>47</b>
	<b>POUŽITÁ LITERATURA .....</b>	<b>48</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH .....</b>	<b>53</b>
	<b>PŘÍLOHY .....</b>	<b>55</b>

## Úvod

Prezentace uměleckých děl se v průběhu staletí mění. V současné době stále se vyvíjejících technologií přicházejí její nové a nové formy. Kulturní instituce využívají moderní způsoby komunikace s návštěvníkem, snaží se být interaktivní, případně zapojit diváka do expozice. Logickým krokem v době vlády internetu tedy je i zpřístupnění sbírek on-line, ať již kompletních sbírek či jen nejvýznamnějších děl. Některá muzea a galerie si důležitost virtuální prohlídky děl uvědomily už dříve a využily k tomu své webové stránky.

V roce 2011 společnost Google spustila Art Project, jedinečný koncept virtuální umělecké galerie. Na počátku projektu bylo součástí sedmnáct světových muzeí a galerií, jejichž vybraná díla Google díky své výjimečné technice zachytil v mimořádné kvalitě. Google na spuštění projektu pracoval 18 měsíců, projekt byl přijat pozitivně, zároveň však vyvolal obavy o případný pokles fyzické návštěvnosti v kulturních institucích. Smyslem projektu je zpřístupnit umění každému, smazat vzdálenost mezi institucí a návštěvníkem a nabídnout divákovi detailní pohledy na díla.

V době zpracovávání tezí této závěrečné magisterské práce byly součástí Google Art Projectu dvě české instituce. Projekt se však velmi rychle vyvíjí a v roce 2015 již je českých institucí zapojených v projektu celkem třináct. Původní záměr analýzy dat fyzické návštěvnosti ve vybraných kulturních zařízeních a na jejich webových stránkách byl s odstupem času vyhodnocen jako nevyhovující. Instituce navíc nesouhlasily se zveřejněním výše uvedených dat, proto je nelze uvést ani doplňkově. Jako relevantnější výzkum bylo vyhodnoceno přímé oslovení všech institucí a získání cenných informací o Google Art Projectu a jeho průběhu přímo od jeho partnerů. Zároveň se nabízí shrnutí dosavadních let spolupráce od účastníků projektu, kteří kontakt s Google Cultural Institute navázali o několik let dříve než většina českých partnerských kulturních zařízení. Jsou jimi Národní galerie v Praze a Museum Kampa, jež patří mezi 17 zahajujících muzeí Google Art Projectu. Nově zvolený přístup umožňuje komplexnější pohled na celý Art Project a z pohledu autorky přínosnější práci.

Cílem této práce je tedy poskytnout ucelené informace o Google Art Projectu, jeho vzniku, vývoji a případné budoucnosti. Na základě odpovědí českých institucí, které se tohoto projektu účastní, a jejich zkušeností se práce rovněž pokusí zodpovědět vyvstávající otázky, které jsou s projektem spojené: celkové fungování projektu, jeho dosavadní hodnocení z pohledu jeho partnerů, případný vliv na fyzickou návštěvnost daných kulturních zařízení, přístup Googlu k autorským právům, a zároveň také praktické záležitosti, jako je proces vstupu do projektu, digitalizace uměleckých děl a další.

# 1 Vznik a vývoj kulturních institucí

## 1.1 Historie sběratelství a počátky muzeí

Lidstvo má potřebu tvořit a obklopovat se uměním již od pravěku, jak dokládají mimo jiné i četné nálezy jeskynních maleb. Avšak původ instituce muzea jako takového je třeba hledat ve starověku. Je spojován s dynastií Ptolemaiovců v Alexandrii, kteří počátkem 3. století př. n. l. nechali zbudovat takzvaný Museion neboli svatyni múz. Byla to však svatyně samozřejmě neveřejná – přístup do ní měli pouze kněží. Nacházely se zde cenné texty, rukopisy, sochy a další umělecké a náboženské artefakty.<sup>1</sup>

Během středověku byly sbírky soukromé, v naprosté většině případů šlechtické, královské nebo církevní. Například v českých zemích patří mezi nejznámější klenoty takzvaného křesťanského sběratelství poklad chrámu svatého Víta, Václava a Vojtěcha na Pražském hradě, jehož inventář byl popsán již v roce 1069. Velmi významným sběratelem byl Karel IV., od roku 1350 byly dokonce části svatovítského pokladu spolu s dalšími relikviemi veřejně vystavovány.<sup>2</sup>

Na západě se během středověku stala důležitým intelektuálním centrem a patronem umění římskokatolická církev. Na konci 15. století se za papeže Sixta IV. církev pyšnila velmi významnou sbírkou. Nástup renesance v Itálii znamenal rozvoj idejí humanismu a zároveň zesílení zájmu o studium přírody i umění. Zajímavým úkazem renesance byly také takzvané kabinety kuriozit, předchůdci dnešních muzeí, v nichž sběratelé soustředili rarity všeho druhu: přírodniny, umělecká díla, groteskní předměty a suvenýry.<sup>3</sup>

Nejvýznamnějším i nejznámějším sběratelem přelomu 16. a 17. století byl císař Rudolf II., kterému jeho mnohé kontakty po celé Evropě hledaly a doporučovaly stále nové cenné akvizice. Sbírkou tvořila umělecká a uměleckořemeslná díla, astronomické

---

<sup>1</sup> VERGO, Peter. 1989. *The New museology*. London: Reaktion Books, 230 p. ISBN 09-484-6203-5.

<sup>2</sup> Centrální evidence sbírek. ŽALMAN, Jiří. *Ministerstvo kultury* [online]. [cit. 2015-05-12]. Dostupné z: <http://ces.mker.cz/cz/sbirky.php>

<sup>3</sup> KOTLER, Neil G., Philip KOTLER, Wendy I. KOTLER a Neil G. KOTLER. 2008. *Museum Marketing and Strategy: Designing Missions, Building Audiences, Generating Revenue and Resources* [online]. 2nd ed. San Francisco: Jossey-Bass, 511 s. [cit. 2015-04-11]. ISBN 978-078-7996-918. Dostupné z: <http://ir.nmu.org.ua/bitstream/handle/123456789/128590/271bf4705b5dcad5b8eb5b1de931dfc7.pdf?sequence=1>



přístroje, hodiny, zbraně turecké, perské, indické a uherské, soubor rohů nosorožců, drahé kameny, přírodní kuriozity.

K rozmachu muzeí během osvětenství přispěly v první řadě změny ve společnosti. Vzdělání již nebylo něčím nedostupným, ale naopak úsilí o to, aby bylo přístupné všem, šlo ruku v ruce s osvěcenskými muzei a zveřejňováním sbírek. Veřejná muzea tedy vznikla přeměnou soukromých sbírek královských a aristokratických. Dvě nejzásadnější muzea, která otevřela své brány ve druhé polovině 18. století, jsou Britské muzeum v Londýně a muzeum Louvre v Paříži. Britské muzeum zpřístupnilo své sbírky již v roce 1759, ale pouze velmi omezeně: v čase od 11 do 12 hodin.<sup>4</sup> O několik desítek let později ho následoval i zmíněný Louvre. Za zveřejnění královských sbírek v Louvru bojovali Dennis Diderot a Voltaire spolu s dalšími mysliteli, v roce 1777 dosáhli vytvoření výboru, který na zřízení královské galerie dohlížel, a v roce 1793 slavnostního otevření.<sup>5</sup>

Osvěcenský přístup pokračoval po celé 19. století, muzea se dále vyvíjela a stále více se vzdalovala aristokracii a přibližovala lidem. Začala se proměňovat z elitářských institucí v instituce demokratické, byla zdrojem informací pro nejširší vrstvy, a to jak o vývoji lidstva, tak o jeho kultuře, historických událostech, vynálezech i umění.

Ani ve století dvacátém se rozvoj nezastavil, vznikalo stále více institucí rozličných typů. 21. století s sebou navíc přineslo revoluci v architektuře muzeí. Muzea či galerie už nejsou jen výstavní plochou, vznikají neobvyklé stavby, přitahující návštěvníky ke kulturním institucím nejen kvůli svému obsahu, ale nově i kvůli zevnějšku, tedy stavbě samotné.

## ***1.2 Muzea a další kulturní instituce v současnosti***

Mezinárodní rada muzeí (ICOM) muzeum definuje jako neziskovou organizaci, která je ve službách společnosti a přispívá k jejímu rozvoji. Je otevřená veřejnosti, získává, uchovává, zkoumá, spravuje a vystavuje sbírky hmotné i nehmotné dědictví lidstva a jeho prostředí pro účely vzdělávání, studia i potěšení.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> JOHNOVÁ, Radka. *Marketing kulturního dědictví a umění: [art marketing v praxi]*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. 284 s. ISBN 978-80-247-2724-0.

<sup>5</sup> KESNER, Ladislav. *Muzeum umění v digitální době: vnímání obrazů a prožitek umění v soudobé společnosti*. Vyd. 1. Praha: Národní galerie v Praze, 2000. 259 s. ISBN 80-720-3252-6.

<sup>6</sup> ICOM. 2015. *The Vision: Museum definition* [online]. [cit. 2015-05-11]. Dostupné z: <http://icom.museum/the-vision/museum-definition/>

Philip Kotler ve své publikaci *Museum Marketing and Strategy* poznamenává, že vymezit v současné době pojem muzeum je náročnější než kdy dříve. I když je slovo muzeum široce definováno, je dle jeho slov těžké určit, co muzeum opravdu je a co není. Uvádí příklad Oxfordu v Anglii, jako muzea velkého rozsahu s mnoha „sbírkami“ historických čtvrtí, muzeí či vysokých škol, na něž lze nahlížet jako na kolekci v jednom místě, propojenou kulturou a historií.<sup>7</sup>

Většina muzeí a galerií v dnešní době hledá nové a nové metody, jak se nezměnit ve zkomatělou instituci a držet krok s digitální dobou, která vše zrychluje. Jak i přes zdání, že dnešní doba těmto institucím až tak nepřeje, nalákat návštěvníky k prohlídce svých sbírek či krátkodobých výstav.

Po mnoho staletí, či spíše tisíciletí, se muzea a galerie obešla bez jakýchkoliv marketingových nástrojů. Nyní přestávají být orientovaná jenom na svůj obsah, jeho uchování a zkoumání, ale čím dál více se otevírají návštěvníkům, jejich přáním a potřebám. I funkce muzea se tedy v průběhu staletí změnila, již není pouze vzdělávací či poznávací institucí, ale aby obstála v konkurenci dalších volnočasových aktivit, musí být i zábavná.<sup>8</sup>

### ***1.3 Digitalizace uměleckých děl***

S digitalizací uměleckých děl se navrácí otázka reprodukce uměleckých děl, která je diskutována již od nástupu fotografie a filmu. Jednou ze zásadních prací v této debatě je esej Waltera Benjamina *Umělecké dílo v době své technické reprodukovatelnosti* z roku 1936. Benjamin se zabývá reprodukovatelností uměleckých děl v souvislosti s rozšířením zejména fotografie a filmu, uvažuje nad změnou statusu uměleckého díla a funkce umění v dané době. Jeho esej je aktuální i dnes, respektive je znovu diskutována právě s nástupem digitalizace uměleckých děl a je jedním z nejcitovanějších děl o dopadu nových médií na umění.

Jedním ze zásadních pojmů, které Benjamin uvádí, je takzvané *Zde a Nyní* uměleckého díla – neopakovatelná existence na místě, na němž se nalézá. V mechanické

---

<sup>7</sup> KOTLER, Neil G., Philip KOTLER, Wendy I. KOTLER a Neil G. KOTLER. 2008. *Museum Marketing and Strategy: Designing Missions, Building Audiences, Generating Revenue and Resources* [online]. 2nd ed. San Francisco: Jossey-Bass, 511 s. [cit. 2015-04-11]. ISBN 978-078-7996-918. Dostupné z: <http://ir.nmu.org.ua/bitstream/handle/123456789/128590/271bf4705b5dcad5b8eb5b1de931dfc7.pdf?sequence=1>

<sup>8</sup> JOHNOVÁ, Radka. *Marketing kulturního dědictví a umění: [art marketing v praxi]*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. 284 s. ISBN 978-80-247-2724-0.

reprodukcí rozeznává znehodnocení přítomnosti uměleckého díla a zmizení jeho esenciální aury. Ta podle něj dává uměleckému dílu pojem autenticity, jež nemůže být reprodukována.<sup>9</sup> Tento pojem je právě v současnosti, která je reprodukcí plná, zásadním. Benjamin uvádí: „*Stále nevyvratněji se prosazuje potřeba mít předmět v co největší blízkosti jako obraz a co více, jako obtisk, reprodukci. A reprodukce, jak ji pohotově poskytují ilustrované časopisy a filmové týdeníky, se zřetelně liší od obrazu. V něm se neopakovatelnost a trvání proplétají stejně úzce jako prchavost a opakovatelnost u reprodukce. Vyloupnout předmět z obalu, do něž je zahalen, zničit jeho auru, to je znak vnímání, u kterého smysl pro stejné ve světě tak vzrostl, že si prostřednictvím reprodukce vynucuje standardizaci jedinečného.*“<sup>10</sup>

Další zajímavou skutečností, na kterou Benjamin upozorňuje, jsou dvě funkce umění. Původně byla funkce uměleckého díla (ještě před tím, než bylo uměleckým dílem nazváno) čistě rituální, jeho významem byl kult. Postupně následoval přerod k funkci výstavní, která v dnešní době již naprosto převládá – vystavení díla v galerii se stalo hlavním kritériem rozpoznání hodnoty předmětu jakožto uměleckého díla.

Walter Benjamin zároveň určitým způsobem předpověděl i rozmach reprodukcí ve vysokém rozlišení, ve chvíli, kdy popisuje rozdíl mezi technickou reprodukcí a reprodukcí ruční: „*Může například zdůraznit fotografii takové vidění originálu, které je přístupné pouze pohyblivé čočce, libovolně si vybírající ohnisko pohledu, a nikoli lidskému oku, nebo může určitými postupy, jako je zvětšení nebo zpomalení, zachytit obrazy, které jsou pro běžnou optiku vůbec nedostupné.*“<sup>11</sup>

Ve stejné době jako Benjamin se otázkou fotografie zabýval i francouzský spisovatel a politik André Malraux. Jejich názor se však v závěrech liší: Benjaminovo tvrzení, že umělecké dílo reprodukovatelností ztrácí svou auru, Malraux rozporuje. Podle něj sice dílo něco ztratí, ale zároveň i získá. Tvrdí, že aura zůstává zachována, i když je dílo přeměněno.

---

<sup>9</sup> BENJAMIN, Walter. *Dílo a jeho zdroj*. Praha: Odeon, 1979.

<sup>10</sup> Tamtéž.

<sup>11</sup> Tamtéž.

## 2 Google Inc., jeho historie a vývoj

Založení společnosti Google je datováno 4. zářím roku 1998, předzvěst jejího vzniku však přišla již v roce 1996, kdy na Stanfordské univerzitě v Kalifornii založili dva studenti, Larry Page a Sergej Brin, vyhledávač BackRub. Ten se stal základním kamenem pro jejich pozdější slavný vyhledávač Google (jeho název vychází ze slova „gogol“, které je užívaným matematickým termínem a značí zápis čísla  $10^{100}$ , název Google vznikl jeho nesprávným vyslovením zmíněnými zakladateli firmy).<sup>12</sup>

Po finančním daru byli Larry Page a Sergej Brin v roce 1998 schopni projekt oficiálně spustit a v současné době má společnost Google přední postavení na všech hlavních globálních trzích. Model cílené reklamy, který Google nabízí svým zákazníkům, poskytuje firmám všech velikostí měřitelné výsledky a zároveň rozšiřuje možnosti internetu pro samotné uživatele.<sup>13</sup>

Centrála Googlu se nachází v americkém Silicon Valley a společnost dnes má přes 70 poboček ve více než 40 zemích světa.<sup>14</sup> Google je známý i pro svůj neobvyklý přístup k zaměstnancům, mimořádné zázemí, jež jim poskytuje, a velmi specifický pracovní prostor, který nejen podporuje kreativní myšlení, ale je plný i různých relaxačních zón.

### 2.1 Google Cultural Institute a jeho projekty

Google Cultural Institute (GCI) vznikl v roce 2011 po představení Google Art Projectu 1. února 2011 v londýnském muzeu Tate Britain. Jeho účelem a posláním je uchovávat a propagovat kulturu on-line, poskytnout ji za pomoci moderních technologií co nejrozsáhlejšímu publiku. Google Cultural Institute sídlí v Londýně, v Paříži zároveň funguje takzvaný *Le Lab* plný nejvyspělejších technologií, ve kterém vývojoví pracovníci a výtvarníci pracují na dalších zdokonaleních projektů.

---

<sup>12</sup> VISE, David A. a Mark MALSEED. 2007. *Google story*. Praha: Pragma, 363 s., [8] s. obr. příl. ISBN 978-80-7349-034-8.

<sup>13</sup> *Tiskové centrum Google Česká republika: TZ\_G\_11.02.01\_ArtProjekt* [online]. 2011. [cit. 2015-05-11]. Dostupné z: <https://sites.google.com/a/pressatgoogle.com/cz/tiskove-zpravy>

<sup>14</sup> Společnost: Pobočky. 2014. *Google* [online]. [cit. 2015-05-11]. Dostupné z: <https://www.google.cz/intl/cs/about/company/facts/locations/>

### **2.1.1 Art Project**

Art Project byl spuštěn 1. února roku 2011. Celý projekt se zrodil z nápadu skupiny milovníků umění přímo v rámci společnosti Google, kteří zvažovali, jak pomocí vlastních technologií Googlu umožnit muzeím zpřístupnit sbírky co nejvíce návštěvníkům. A to nejen těm, kteří přichází či přijíždí pravidelně, ale hlavně lidem, kteří z nejrůznějších důvodů osobně muzeum či galerii navštívit nemohou.

Partnerem projektu je více než 500 muzeí a kulturních institucí po celém světě. Smyslem projektu je zpřístupnit umění každému, smazat vzdálenost mezi institucí a návštěvníkem a nabídnout divákovi detailní pohledy na díla.

Tomuto projektu je věnována celá třetí kapitola, proto na tomto místě není více rozebírán.

### **2.1.2 World Wonders Project**

Projekt byl spuštěn v květnu 2012 a součástí bylo 132 unikátních míst, v současnosti jich galerie obsahuje 174. Cílem projektu World Wonders (Divů světa) je zaznamenat divy moderního i starobylého světa, od archeologických nalezišť v Pompejích po Památník míru v Hirošimě. Zároveň technikou Street View zachycuje i přírodní divy, jako je Velký bariérový útes, nebo například i nejkoničtější části známé Route 66 v Americe.

Na většinu z těchto míst není možné jet autem, proto místo tradičního auta Google použil kamery umístěné na trojkolkách. Součástí virtuální prohlídky jsou i modely ve 3D a podrobné informace o místě. V mnoha případech je objekt nafocený z míst či úhlů, kam se běžně návštěvník při osobní návštěvě nedostane, samozřejmě včetně detailů, kterých si často prostým okem nemůže všimnout.<sup>15</sup>

Z českých architektonických a uměleckých skvostů je v projektu zdokumentováno historické centrum Prahy a Českého Krumlova, zachycen je i Sloup Nejsvětější Trojice v Olomouci.

---

<sup>15</sup> BLASCHKE, Melanie. 2012. Official Blog. *Google* [online]. [cit. 2015-05-11]. Dostupné z: <http://googleblog.blogspot.cz/2012/05/explore-historic-sites-with-world.html>

### 2.1.3 Historické okamžiky

Dalším projektem v režii Google Cultural Institutu jsou Historické okamžiky (Historic Moments), on-line výstavy popisující významné události dějin lidstva. Součástí výstav jsou fotografie, videa, různé historické dokumenty i osobní svědectví. Projekt obsahuje celkem 384 výstav a celkem 6 151 009 položek. K nejznámějším patří *Poslední dny války*, *Sametová revoluce*, *Den D*, několik výstav o Nelsonu Mandelovi nebo Václavu Havlovi. Projekt si však nevšímá jen politických událostí: návštěvník může zhlédnout expozice *Zvuk bavlny aneb od bavlny k niti*, *Eiffelova věž v roce 1900* nebo *Ulice Melbourne v letech 1837–1935*.

## 3 Google Art Project

### 3.1 Vznik a vývoj

U zrodu Google Art Projectu stál jeho nynější ředitel Amit Sood, pocházející z Indie. Myšlenka celého konceptu se podle jeho slov zrodila ve chvíli, kdy procházel galerií a přemýšlel nad přístupností muzeí a umění celkově. Jak sám podotkl při slavnostním představení projektu v Tate Britain, vzhledem k tomu, že dětství a dospívání prožil v Indii, nedostalo se mu v tomto směru žádného vzdělání, neměl možnost umění jakkoliv poznávat.<sup>16</sup>

Jeho slova potvrzuje i Brazilec Nelson Mattos, viceprezident oblasti Product & Engineering v Googlu. Upozorňuje na rozdílnost Brazílie a Evropy či velkých amerických měst, co se týče počtu muzeí a galerií: v Brazílii je toto číslo nepoměrně menší. Zároveň zmiňuje fakt, že pro naprostou většinu obyvatel je možnost obdivovat na vlastní oči umělecká díla nereálná. Vyzdvihuje tedy příležitost, kterou projekt poskytuje komukoliv s přístupem k internetu a zájmem o umění.<sup>17</sup>

Oba navíc zdůrazňují, že Art Projekt je typickým „dvacetiprocentním projektem“ Googlu – zaměstnanci Googlu (neboli *Googlers*, jak sami sebe nazývají) mají denně možnost věnovat 20 procent svého pracovního času vývoji projektu v oblasti, která je zajímavá.

Při představení projektu bylo součástí 17 institucí (4 z USA a 13 z Evropy), přes 1000 uměleckých artefaktů a zároveň možnost 360° virtuální „procházky“ galerií či muzeem. Z každé instituce bylo vybráno jedno dílo, které bylo nafoceno ve velmi vysokém rozlišení, tzv. Gigapixel, některé fotografie jsou v rozlišení až 14 milionů pixelů. Průměrem je přibližně 7 milionů pixelů, což poskytuje až 1000krát detailnější pohled než běžný digitální fotoaparát.<sup>18</sup>

Google Art Project zahájily tyto instituce:

- Alte Nationalgalerie (Německo, Berlín)
- Freer Gallery of Art (USA, Washington DC)

---

<sup>16</sup> *Art Project VI: Launch event at Tate Britain* [video]. 2011. [cit. 2015-04-10]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=NsynsSWVvnM>

<sup>17</sup> *Tamtéž*

<sup>18</sup> *Tiskové centrum Google Česká republika: TZ\_G\_11.02.01\_ArtProjekt* [online]. 2011. [cit. 2015-05-11]. Dostupné z: <https://sites.google.com/a/pressatgoogle.com/cz/tiskove-zpravy>

- The Frick Collection (USA, New York)
- Gemäldegalerie (Německo, Berlín)
- The Metropolitan Museum of Art (USA, New York)
- MoMA, The Museum of Modern Art, (USA, New York)
- Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía (Španělsko, Madrid)
- Museo Thyssen-Bornemisza (Španělsko, Madrid)
- Museum Kampa (Česká republika. Praha)
- National Gallery (Spojené království, Londýn)
- Palác ve Versailles (Francie)
- Rijksmuseum (Nizozemsko, Amsterdam)
- Ermitáž (Rusko, Petrohrad)
- Třeťjakovská galerie (Rusko, Moskva)
- Tate Britain (Spojené království, Londýn)
- Galerie Uffizi (Itálie, Florencie)
- Van Gogh Museum (Nizozemsko, Amsterdam)

Rok a dva měsíce po spuštění, tedy v dubnu 2012, nastala druhá vlna zapojení institucí do projektu. Počet partnerských muzeí stoupl na 151 ze 40 zemí a bylo možné si prohlédnout přes 30 tisíc uměleckých děl. Zároveň bylo 46 muzeí zachyceno pomocí Street View. V této fázi se z českých institucí zapojila Národní galerie v Praze. Od dubna do října 2012, tedy za sedm měsíců, uvádí Google návštěvnost Art Projectu 15 milionů uživatelů.<sup>19</sup>

V průběhu let se do projektu zapojovaly další a další instituce, k dnešnímu dni je v projektu zahrnuto přes 700 institucí.<sup>20</sup> Partnerem nejsou jenom muzea či galerie, ale i významné objekty, nadace a zařízení sloužící nejrůznějším účelům, jako francouzské Versailles nebo Bílý dům ve Washingtonu, v České republice pak například Knihovna Václava Havla.

---

<sup>19</sup> More Art Project online for you to explore. 2012. *Google: Official Blog* [online]. [cit. 2015-05-15]. Dostupné z: <http://googleblog.blogspot.cz/2012/10/more-art-project-online-for-you-to.html>

<sup>20</sup> Světové umění na síti: Google shromažďuje kulturní dědictví. 2015. *Česká televize* [online]. [cit. 2015-05-04]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/kultura/309992-svetove-umeni-na-siti-google-shromazduje-kulturni-dedictvi/>



Významnou událostí bylo pro Google Cultural Institute setkání, které zorganizoval pro vybrané zástupce svých partnerských institucí na konci dubna 2015. Byli pozváni do takzvaného *Labu*, neboli technologického sídla institutu. Ten je součástí francouzské pobočky Google, v Paříži společně obývají někdejší šlechtické sídlo z 18. století. Partneři se seznámili s tím, jak institut funguje (pracuje je pro něj přibližně 30 lidí, z čehož 25 jsou inženýři), a blíže i s dalšími prostředky, které mu pomáhají v práci a vývoji (je to například stěna z plazmových televizí o celkové ploše 65 m<sup>2</sup>, na které byla prezentována detailně přiblížená nově zdigitalizovaná umělecká díla). Setkání se zúčastnili i dva čeští zástupci z pražských institucí: Židovského muzea a Knihovny Václava Havla.<sup>21</sup>

### **3.2 Technické zázemí projektu**

Google v projektu využívá svých již ověřených technologií. Zároveň byla díky Art Projectu vyvinuta další technická zdokonalení, která zjednodušila průběh dokumentace děl a která bude možné využít i v dalších projektech Googlu.

#### **3.2.1 Street View**

Služba Street View byla představena v roce 2007. Speciálně upravené vozy projíždí jednotlivými státy a na střeše připevněná speciální technika průběžně fotografuje okolí. Aby bylo možné každý snímek přiřadit k jeho geografické poloze na mapě, tím kombinuje signály z čidel v autě měřící GPS, rychlost a směr. K vytvoření 360° panoramatických snímků je třeba, aby fotoaparáty vytvářely mírně se překrývající snímky, které se poté spojí. Zároveň je možné vytvářet 3D modely, k určení vzdáleností Google využívá tři laserových paprsků vysílaných z auta a zaznamenává, jak rychle se odráží od povrchů.

Původním nositelem fotoaparátů pro Street View byl automobil. Dnes je využíváno daleko více prostředků: Trekker, batoh pro místa dostupná pouze pěším, sněžný skútr, šlapací tříkolka a vozík, který byl vytvořen právě pro Art Project.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> LAUDER, Silvie. Chagall v obýváku: Google vybudoval celoplanetární galerii, muzeum i archiv – vše na jedné webové stránce. *Respekt*. 2015, (20): 59-63. DOI: 0862-6545. ISSN 0862-6545.

<sup>22</sup> Google Mapy. *Street View* [online]. [cit. 2015-04-12]. Dostupné z: <https://www.google.cz/intl/cs/maps/about/behind-the-scenes/streetview/>

### 3.2.2 Přiblížení pomocí „microscope view“

Díky velice kvalitním fotografiím Art Project umožňuje detailně procházet kolekce umělců a uměleckých děl. Při pohledu na umělecké dílo takzvaným „mikroskopem“ Art Project používá aplikaci Picasa a zajišťuje tak velmi jednoduchým způsobem rychle se zobrazující detailní pohled na dílo. Uživatelé si práci mohou přiblížit do nejjemnějších detailů, což jim umožňuje vidět drobnosti, které dříve nezůstaly skryty jen uměleckým restaurátorům.<sup>23</sup>

### 3.2.3 Nástroj „Gigapixel“

Jak již bylo řečeno, některá muzea zvolila ze své sbírky obraz, který byl zachycen pomocí speciální techniky v rozlišení až sedm bilionů pixelů. Dílo je nasnímáno v několika tisících detailních fotografiích, které jsou následně spojeny do několika různých oblastí (okem nezaznamenaných), což zajišťuje možnost rychlého přiblížení požadovaného detailu. Návštěvník tedy není nijak omezován při prohlídce uměleckých děl čekáním při „načítání“ díla.

Uměleckých děl v gigapixelové kvalitě je v Art Projectu nasnímáno celkem 137, nechybí mezi nimi *Hvězdná noc* Vincenta van Gogha, *Výkřik* Edvarda Muncha nebo unikátní nasnímání stropu pařížské Opery, který je dílem Marca Chagalla.<sup>24</sup> Pro tyto záběry bylo třeba vyvinout nový robotický přístroj, který dokázal zachytit malbu ve výšce 18 metrů a rozměrech 220 m<sup>2</sup>.<sup>25</sup>

## 3.3 Popis webové stránky Google Art Projectu

Protože GAP není v České republice uživatelsky až tak rozšířený, tato kapitola přiblíží samotné uživatelské rozhraní. Po zadání oficiální internetové adresy Google Art Projectu [www.googleartproject.com](http://www.googleartproject.com) je návštěvník přesměrován na adresu [www.google.com/culturalinstitute/project/art-project](http://www.google.com/culturalinstitute/project/art-project). GCI využívá stejného rozhraní i pro své další projekty, Historické okamžiky a World Wonders. Webová stránka je svou strukturou i vizuální stránkou velmi jednoduchá a ovládání intuitivní. Uživatel má

---

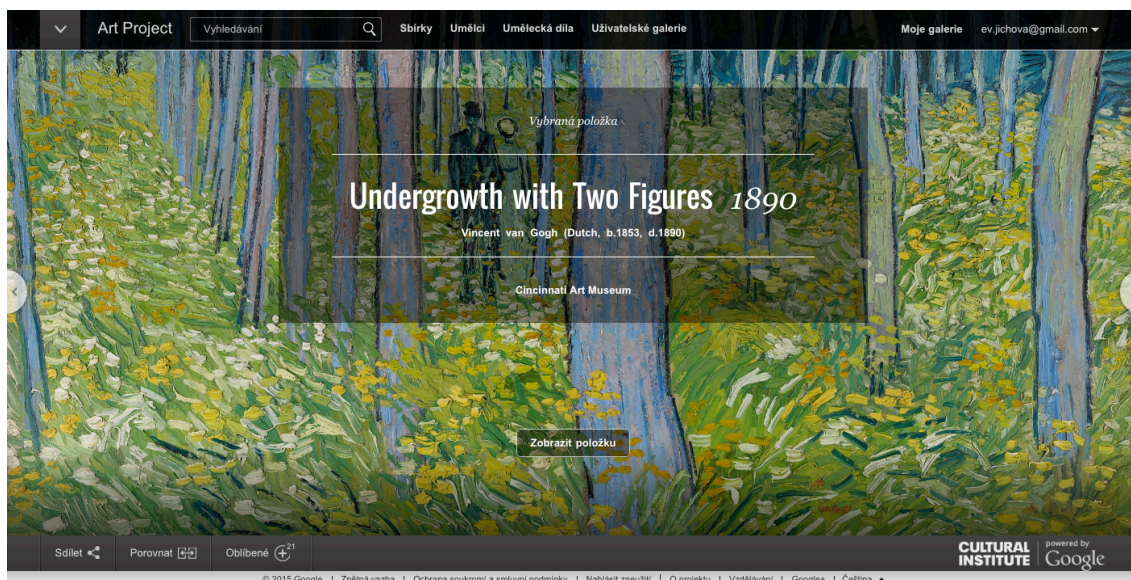
<sup>23</sup> Art Project. *Technology behind the Art Project* [online]. [cit. 2015-04-02]. Dostupné z: <https://sites.google.com/a/pressatgoogle.com/art-project/technology-behind-the-art-project>

<sup>24</sup> Gigapixel. *Google Art Project* [online]. [cit. 2015-05-11]. Dostupné z:

<https://www.google.com/culturalinstitute/browse/gigapixel?projectId=art-project&hl=cs>

<sup>25</sup> MILLER, Nick. 2015. Google Cultural Institute explores future of art. *The Sydney Morning Herald: Digital Life* [online]. [cit. 2015-05-13]. Dostupné z: <http://www.smh.com.au/digital-life/digital-life-news/google-cultural-institute-explores-future-of-art-20150313-141tgi.html>

na výběr z celkem 27 jazyků včetně češtiny. Jazykové nastavení je funkční samozřejmě jen pro základní ovládací prvky, podrobnosti o dílech jsou v jazyce zadaném institucí. Celá webová stránka je prosta reklam, což poskytuje návštěvníkovi nerušený zážitek. I samotný Google je zmíněn jen v pravém dolním rohu vedle loga Cultural Institute, a to slovy *powered by Google*.



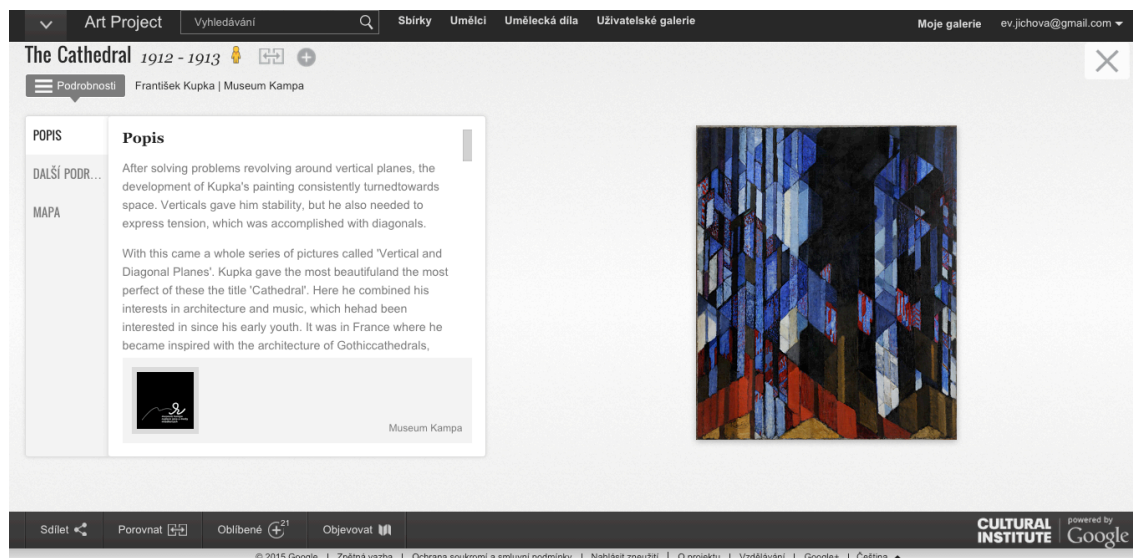
Obrázek 1: Úvodní strana Google Art Projectu

Základní stránka Art Projectu se skládá z horního a dolního panelu, uprostřed se ihned po načtení spustí náhodná prezentace děl, která jsou v projektu zahrnuta. Po několika vteřinách se fotky mění. Obsahem horního panelu je hlavní výběr, který umožňuje přepínat mezi projekty: *Domů* (návštěvník je přesměrován na webovou stránku GCI, kde jsou představeny všechny projekty), *Vybrané projekty – Art Project*, *Historické okamžiky*, *World Wonders* a *Další k prozkoumání – First World War*, *Druhou světovou válku*, *Pád železné opony*, *Street Art*, *Ženy v kultuře*, *Made in Italy*, *Významné postavy z historie*, *Příběhy holocaustu*.<sup>26</sup>

Dále může uživatel v horním panelu využít pole *Vyhledávání*, kde lze přímo zadat jméno umělce, díla či instituce, kterou chce vyhledat. Následují *Sbírký*, kdy se zobrazí veškeré instituce zahrnuté v projektu, a *Umělci*, tedy rozřazení děl dle autorů. Pole *Umělecká díla* následně nabízí další možnosti selekce, a to podle sbírky, která dílo

<sup>26</sup> Zde si lze všimnout prvních nedokonalostí v překladu: *First World War* zůstává z neznámého důvodu nepřeložena a druhá světová válka je uvedena chybně ve 4. pádu. Ponechání anglického tvaru spojení „*Made in Italy*“ z důvodu ustáleného spojení je naopak logické.

uchováva, autora, média (různé možnosti jako například barva, papír, inkoust, sochařství; lze je i různě kombinovat), události, místa, osoby, typu média (fotografie, video, zobrazení muzea, album, 3D, zvuk) a data.



Obrázek 2: Popis obrazu v Google Art Projectu

Posledními možnostmi horního panelu jsou *Uživatelské galerie* a *Moje galerie*. Art Project přichází s možností ukládat si svá oblíbená díla do „vlastní“ galerie, kde lze vytvořit své sbírky s libovolným pojmenováním. Ty mohou být buď soukromé, sloužit tedy jen uživateli, nebo veřejné, a poté se zobrazují v *Uživatelských galeriích*. Oblíbenými galeriemi jsou tzv. *Director's Galleries*, osobní výběr ředitelů různých muzeí.<sup>27</sup> Podle některých zdrojů bylo během prvního týdne užívání založeno na 70 000 tisíc galerií. V současné době je možné si prohlédnout přes 40 000 uživatelských galerií, neveřejných galerií by podle údajů Googlu mělo být až přes 400 000. Pro funkci *Moje galerie* je nutné se přihlásit pomocí účtu Google, který slouží pro e-mailové služby a další nástroje.

Galerie i díla samostatně lze sdílet i na sociálních sítích, a to pomocí dolního panelu. Po kliknutí na tlačítko *Sdílet* je možné si vybrat z následujících možností: *Google+*, *Facebook*, *Twitter*, osobní email nebo *Google+ hangout*, což jistě může posílit zájem mladší generace o projekt a zároveň usnadňuje jeho celkové šíření mezi uživateli.

<sup>27</sup> Director's Galleries. *Art Project* [online]. [cit. 2015-05-11]. Dostupné z: <https://www.google.com/culturalinstitute/user-galleries?hl=cs&projectId=art-project>

V rámci Art Projectu lze díky poli *Porovnat* umístit vedle sebe dvě díla a prohlížet si je současně. Poslední možností je pole *Oblíbené*, kam je možné v průběhu prohlížení ukládat svá oblíbená díla, jež pak lze umístit do již zmíněné osobní galerie. Ve chvíli prohlížení libovolného díla přibývá na dolním panelu ještě pole *Objevovat*, a zároveň se nabídnou další tři díla: Art Project na základě současné volby obrazu doporučí podobná díla. Při zvolení možnosti Objevovat se díla zobrazí a ukáže se i další doporučení: pokud je například prohlížen obraz *Hvězdná noc* Vincenta van Gogha, Art Project doporučí kromě tří různých obrazů jiného autora zároveň profil Muzea moderního umění v New Yorku, kde je obraz vystaven, a celou galerii Vincenta van Gogha.

### **3.4 Účast v projektu**

Do Google Art Projectu se lze buď přihlásit skrze on-line dotazník<sup>28</sup>, nebo je instituce přímo oslovena Google Cultural Institutem, který ji o projektu informuje a osloví ji, pokud má o účast daného kulturního zařízení zájem.

On-line dotazník je v anglickém jazyce a má několik částí. V té první je třeba vyplnit jen kontaktní údaje instituce a její webové stránky, v další již následují podrobnější otázky. Institut se ptá na procentuální množství již digitálně zdokumentované sbírky, kvalitu fotografií, potřebná autorská práva i na to, zda se jedná o ziskovou či neziskovou organizaci. Po vyplnění této části již je dotazník odeslán.

### **3.5 Komunikační nástroje GAP**

Jako hlavní komunikační nástroj informující o dění a novinkách v Google Art Projectu využívá institut *Google blogspot* (<http://googleblog.blogspot.cz/>), *YouTube*, dále sociální síť *Google+* (<https://plus.google.com/+GoogleArtProject/>), která je jím nejvíce využívána, protože se jedná o domovskou platformu Googlu. Zobrazuje se zde až několik příspěvků denně. Dále pak *Twitter* (<https://twitter.com/googleart>) a *Facebook* (<https://www.facebook.com/GoogleArtProject>), na němž je aktivita Google Cultural Institutu poměrně nízká.

---

<sup>28</sup> Google. *Google Cultural Institute: Contact us!* [online]. [cit. 2015-04-27]. Dostupné z: <https://docs.google.com/forms/d/1zxv1tvYalJECaIcIC1LbEg3FYIZLXFQhZM4dH-Uzik/viewform?fbzx=-4487323319662880663>

Jejich využívanost je následující:

- *Google+* – sledováno 12 476 213 uživatelů, celkem 253 397 437 zhlédnutí
- *Twitter* – sledováno 54 tisíce uživatelů, celkem 3403 příspěvků
- *Facebook* – celkem 42 132 „*Líbí se mi*“
- Google Art Project Channel na *YouTube* – sledováno 25 051 uživatelů, celkem 3 968 171 zhlédnutí.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> Data jsou aktuální k 27. 7. 2015.

## 4 České instituce zapojené v projektu

České instituce se do projektu zapojovaly v několika fázích. Museum Kampa bylo jedním ze 17 muzeí, které projekt zahajovaly, v další etapě v dubnu 2012 se přidala Národní galerie v Praze. V červenci roku 2014 je následovalo dalších devět institucí: Egon Schiele Art Centrum v Českém Krumlově, Knihovna Václava Havla, Moravská galerie v Brně, Muzeum Tomáše Garrigua Masaryka v Rakovníku, Muzeum umění Olomouc, Muzeum východních Čech v Hradci Králové, Nadace Dagmar a Václava Havlových VIZE 97, Uměleckoprůmyslové museum v Praze a Židovské muzeum v Praze.

Při příležitosti 25. výročí od pádu komunismu připravilo on-line výstavu ve spolupráci s dalšími českými institucemi i Muzeum Policie České republiky. Prozatím posledním účastníkem Google Art Projectu se v únoru roku 2015 stala Oblastní galerie Liberec.

### 4.1 *Museum Kampa*

Museum Kampa v Sovových mlýnech bylo slavnostně otevřeno roku 2003 Nadací Jana a Medy Mládkových. Po mnoha letech vyjednávání Meda Mládková darovala hlavnímu městu Praha svoji rozsáhlou sbírku a nadace získala do péče objekt historických mlýnů, jejichž rekonstrukce za účelem vytvoření muzea moderního umění znamenala záchranu tohoto zchátralého komplexu. Museum Kampa uchovává kolekci středoevropského moderního umění a děl Františka Kupky a Otto Gutfreunda. Museu Kampa byly následně svěřeny sbírka Jiřího a Běly Kolářových a sbírka pro Jindřicha Chalupického, které patří k uměleckým skvostům muzea a tvoří významnou část jeho stálé expozice.<sup>30</sup>

Kolekce středoevropského moderního umění mapuje historii tzv. východního bloku, která výrazně ovlivňuje i současné kulturní uvědomění. Stálé expozice jsou doplněny krátkodobými výstavami významných tuzemských i zahraničních umělců, jako jsou například Yoko Ono, Theodor Pištěk, Andy Warhol a jiní.

Jak již bylo zmíněno, Museum Kampa bylo jednou ze sedmnácti institucí, které Art Project odstartovaly, je tedy účastníkem projektu od 1. února 2011. Virtuální galerii

---

<sup>30</sup> *Museum Kampa: Nadace Jana a Medy Mládkových* [online]. 2009. [cit. 2015-05-12]. Dostupné z: <http://www.museumkampa.cz/cs/Museum-4.htm>

v tuto chvíli tvoří zobrazení muzea pomocí Street View a 44 fotografií dalších artefaktů, včetně díla *Katedrála Františka Kupky* zaznamenaného v kvalitě Gigapixel.<sup>31</sup>

## 4.2 Národní galerie v Praze

V roce 1796 se skupina vlastenecky zaměřené šlechty, například z řad Kolovratů, Šternberků a Nosticů, spolu s tehdejšími představiteli vzdělanosti usnesla, že je nutné pozvednout umělecký vkus českého národa. Za tímto účelem vznikla Společnost vlasteneckých přátel umění, která založila dvě instituce: Akademii umění a Obrazárnu Společnosti vlasteneckých přátel umění, jež je přímou předchůdkyní Národní galerie.

Národní galerie v Praze se do projektu zapojila v dubnu 2012. Součástí její prezentace je 54 artefaktů, nevyužívají bohužel konceptu Gigapixel ani Street View (možná i z důvodu více budov Národní galerie). Jejich on-line galerii tvoří například díla El Greca, Augusta Rodina, Paula Gauguina a z českých umělců díla Mistra Vyšebrodského, Karla Škréty, Karla Purkyně a Josefa Václava Myslbeka.<sup>32</sup>

## 4.3 Židovské muzeum v Praze

Židovské muzeum v Praze patří k nejstarším evropským židovským muzeím, bylo založeno v roce 1906. U jeho zrodu stáli historik a hebraista Salomon Hugo Lieben a představitel českožidovského hnutí, magistrátní rada August Stein. Základem se staly předměty ze synagog a modliteben, jež zanikly v důsledku asanace pražského židovského ghetta. Muzeum spravuje unikátní sbírky vztahující se ke kultuře a dějinám Židů v českých zemích, součástí expozic jsou kultovní předměty, dále sbírka dětských kreseb z Terezína, věci osobní potřeby, fotografie, umělecká díla, různé archivní prameny, rozhovory s pamětníky a mnoho dalšího.<sup>33</sup>

Do Art Projectu se muzeum zapojilo 1. července roku 2014, součástí jeho virtuální galerie je celkem 52 položek, od obrazů po fotografie a textilie.<sup>34</sup>

---

<sup>31</sup> Art Project. 2011. *Museum Kampa* [online]. [cit. 2015-04-12]. Dostupné z: <https://www.google.com/culturalinstitute/collection/museum-kampa?projectId=art-project>

<sup>32</sup> Art Project. *The National Gallery in Prague* [online]. [cit. 2015-05-12]. Dostupné z: <https://www.google.com/culturalinstitute/collection/the-national-gallery-in-prague?projectId=art-project&hl=cs>

<sup>33</sup> Židovské muzeum. 2015. *Historie* [online]. [cit. 2015-04-12]. Dostupné z: <http://www.jewishmuseum.cz/informace/o-nas/historie/>

<sup>34</sup> Art Project. *Jewish museum in Prague* [online]. [cit. 2015-04-12]. Dostupné z: <https://www.google.com/culturalinstitute/collection/%C5%BEidovsk%C3%A9-muzeum-v-praze-jewish-museum-in-prague?hl=cs&projectId=art-project>



#### **4.4 Egon Schiele Art Centrum**

Egon Schiele Art Centrum bylo poprvé zpřístupněno veřejnosti v roce 1993, kdy skončila téměř roční rekonstrukce zchátralého komplexu bývalého pivovaru. Jedná se o soukromou iniciativu, která byla podpořena i zahraničními sponzory.

Celoročně jsou zde vystavena díla Egona Schieleho a dále se zde konají krátkodobé výstavy klasického a současného umění 20. století. Zároveň Art Centrum poskytuje pro studijní a pracovní pobyty ateliéry mladým nadějným umělcům.<sup>35</sup>

Součástí Google Art Projectu je Egon Schiele Art Centrum od 1. července 2014. Jeho prezentaci tvoří zobrazení Art Centra pomocí Street View a dále celkem 77 položek nejen děl od Egona Schieleho, ale i Gustava Klimta, Jiřího Koláře, Romana Týce nebo Evy Prokopcové.<sup>36</sup>

#### **4.5 Uměleckoprůmyslové museum v Praze**

Uměleckoprůmyslové museum bylo založeno v roce 1885 Pražskou obchodní a živnostenskou komorou. Prvním sídlem muzea byla část výstavní plochy v Rudolfínu. V letech 1897–1900 byla podle návrhu architekta Josefa Schulze postavena novorenesanční muzejní budova v dnešní ulici 17. listopadu.

Uměleckoprůmyslové museum v Praze má bohaté sbírky užitého umění, uměleckých řemesel, oděvní tvorby, designu, knižní kultury a fotografie a soustředí se na základní i aplikovaný výzkum týkající se dějin těchto oborů v českém i zahraničním kontextu. Kromě stálých expozic pořádá samostatné výstavy, ale předměty ze svých sbírek obohacuje i významné reprezentační akce u nás i v zahraničí (výstavy Rudolf II. a Praha, Art Deco, Karel IV., císař z Boží milosti, Secese).

Součástí prezentace Uměleckoprůmyslového musea v rámci projektu GAP je pouze možnost zobrazení muzea pomocí Street View.<sup>37</sup>

---

<sup>35</sup> EGON SCHIELE ART CENTRUM. 2005. *Historie vzniku* [online]. [cit. 2015-05-06]. Dostupné z: <http://www.schieleartcentrum.cz/cs/historie-vzniku/2/>

<sup>36</sup> Art Project. *Egon Schiele Art Centrum* [online]. [cit. 2015-05-04]. Dostupné z: <https://www.google.com/culturalinstitute/collection/egon-schiele-art-centrum?projectId=art-project>

<sup>37</sup> Uměleckoprůmyslové museum v Praze. 2015. *Art Project* [online]. [cit. 2015-05-11]. Dostupné z: <https://www.google.com/culturalinstitute/entity/%2Fm%2F06w5cdc?hl=cs&projectId=art-project>

#### **4.6 Muzeum umění Olomouc**

Muzeum umění Olomouc bylo založeno pod názvem Galerie výtvarného umění 5. dubna 1951 jako součást Vlastivědného muzea v Olomouci. V roce 1989 se muzeum osamostatnilo a nyní spravuje přes 85 000 sbírkových předmětů z oblasti malířství, sochařství, kresby, volné a užité grafiky, fotografie, užitého umění a dokumentace architektury. Je po této stránce třetí největší institucí svého druhu v českých zemích. Jeho zřizovatelem je Ministerstvo kultury České republiky. Muzeum sídlí ve třech budovách: tvoří ho Arcidiecézní muzeum Olomouc, Arcidiecézní muzeum Kroměříž a Muzeum moderního umění.

Prezentaci Muzea umění Olomouc v GAP tvoří zobrazení muzea pomocí Street View, dvě on-line výstavy a celkem 100 položek, zachycena jsou umělecká díla například Petra Brandla, Karla Škréty, Mikoláše Aleše, Emila Filly, Toyen nebo Václava Špály.<sup>38</sup>

#### **4.7 Moravská galerie v Brně**

V roce 1818 bylo v Brně založeno Františkovo muzeum, jehož součástí byla i obrazárna. Poté v roce 1961 došlo ke sloučení Obrazárny Moravského zemského muzea s Moravským uměleckoprůmyslovým muzeem (založeným v roce 1873), nově vzniklá instituce přijala nový název: Moravská galerie v Brně.

Moravská galerie v Brně je druhým největším muzeem umění v České republice. Jako jedna z mála institucí se zabývá všemi oblastmi výtvarné kultury. Je zároveň výzkumnou organizací.

V GAP je prezentována celkem 90 položkami, díly umělců, jako jsou Peter Paul Rubens, Václav Špála, Bohumil Kubišta, Jindřich Štyrský nebo Toyen. Součástí kolekce je i užité umění.<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> Muzeum umění Olomouc. 2015. *Art Project* [online]. [cit. 2015-05-11]. Dostupné z: <https://www.google.com/culturalinstitute/collection/muzeum-um%C4%9Bn%C3%AD-olomouc-olomouc-museum-of-art?hl=cs&projectId=art-project>

<sup>39</sup> Moravská galerie v Brně. 2015. *Art Project* [online]. [cit. 2015-05-11]. Dostupné z: <https://www.google.com/culturalinstitute/collection/moravsk%C3%A1-galerie-v-brn%C4%9B-moravian-gallery-in-brno?projectId=art-project&hl=cs>

#### **4.8 Muzeum východních Čech v Hradci Králové**

Přímým podnětem ke zřízení muzea v Hradci Králové se stala výstava starožitností a památek konaná roku 1879. K nejstarším exponátům patří městské památky – tzv. Eliščin pás a gotické lžičky, ciborium či sbírka vzácných hudebních rukopisů bývalých královéhradeckých literátských kůrů. Ideální prostory pro rozsáhlé sbírky získalo muzeum po výstavbě nové budovy podle návrhu Jana Kotěry dokončené roku 1912, která sama je lákadlem pro návštěvníky. V archeologických, přírodovědeckých a historických sbírkách soustřeďuje asi 3 000 000 sbírkových předmětů.

Virtuální galerie GAP Muzea východních Čech v Hradci Králové obsahuje 53 položek.<sup>40</sup>

#### **4.9 Knihovna Václava Havla**

Knihovna Václava Havla byla založena 26. července 2004 jako obecně prospěšná společnost. Inspirací zakladatelům Dagmar Havlové, Karlu Schwarzenbergovi a Miloslavu Petruskovi byla americká tradice prezidentských knihoven. Stala se tak místem dokumentace a šíření myšlenek a díla Václava Havla. Knihovna kromě stálé expozice o Václavu Havlovi pořádá velké množství debat, seminářů, autorských čtení nebo i koncertů. Součástí je badatelna pro veřejnost.

Součástí prezentace Knihovny Václava Havla v Art Projectu jsou tři výstavy: *Přes východ na západ*, *Václav Havel 1975–2011*, *S chtitěm po svobodě* a dále celkem 124 položek.<sup>41</sup>

#### **4.10 Muzeum T. G. Masaryka**

Muzeum Tomáše Garrigua Masaryka vzniklo na sklonku 19. století v souvislosti s Národopisnou výstavou československou v Praze.<sup>35</sup> V průběhu 20. století se i pod tlakem vyvolaným rozšiřujícími se expozicemi několikrát přestěhovalo a postupně vzniklo několik jeho poboček v Rakovníku, Lánech, Novém Strašecí, Jesenici, Skryjích či Nezabudicích. Za nejvýznamnější je považována pobočka v Lánech, která se

---

<sup>40</sup> Muzeum východních Čech v Hradci Králové. 2015. *Art Project* [online]. [cit. 2015-04-05]. Dostupné z: <https://www.google.com/culturalinstitute/collection/muzeum-v%C3%BDchodn%C3%ADch-%C4%8Dech-v-hradci-kr%C3%A1lov%C3%A9?hl=cs>

<sup>41</sup> Knihovna Václava Havla. 2015. *Art Project* [online]. [cit. 2015-04-05]. Dostupné z: <https://www.google.com/culturalinstitute/collection/knihovna-vaclava-havla-vaclav-havel-library?hl=cs>

tematicky zaměřuje právě na prvního československého prezidenta, ale i na období první republiky a na československé legie.<sup>36</sup> V současné době je muzeum příspěvkovou organizací Středočeského kraje.

Sbírky jednotlivých muzeí zahrnují široké spektrum témat vázaných zejména na region, jeho historický vývoj, přírodu či řemesla, ale i historickou expozici podniku RAKO či zmíněnou první republiku a prezidenta Masaryka. Muzeum zároveň poskytuje i řadu doprovodných aktivit, výukové programy pro školy, naučné vycházky či interaktivní a herní programy.

Muzeum Tomáše Garrigua Masaryka se v projektu prezentuje zobrazením Street View, celkem 169 položkami a třemi on-line výstavami: *Sametová revoluce – impuls pro vznik Muzea T. G. Masaryka*, *Prezident Tomáš Garrigue Masaryk* a *Poslední dny války*.<sup>42</sup>

#### **4.11 Nadace Dagmar a Václava Havlových VIZE 97**

Nadace vznikla sloučením Nadace Václava a Olgy Havlových a Nadace Vize 97 Dagmar Havlové v roce 1998. Působí v mnoha oblastech, od sociální, zdravotní, kulturní po lidská práva.

On-line prezentace Nadace Vize 97 v Art Projectu není pod názvem nadace, ale pod pojmenováním *Kancelář Václava Havla*. Skládá se ze dvou výstav: Václav Havel 1989–2011 a Kancelář Václava Havla, kde si lze prohlédnout kancelář bývalého prezidenta a různé artefakty, které obsahuje. Celkem je součástí 46 položek.<sup>43</sup>

#### **4.12 Muzeum Policie České republiky**

Muzeum Policie vzniklo v roce 1990, první expozice byla pro veřejnost otevřena 12. dubna 1991. Muzeum sídlí v bývalém augustiniánském klášteře na pražském Karlově. Po zrušení řádu roku 1791 sloužil prostor jako špitál, v roce 1955 musel být pro špatný stav budovy vyklizen. Roku 1960 areál získalo Ministerstvo vnitra a byl zde umístěn Státní oblastní archiv. Po rekonstrukci začala být část využívána pro muzejní účely,

---

<sup>42</sup> Museum T. G. M. in Rakovník. 2015. *Art Project* [online]. [cit. 2015-04-05]. Dostupné z: <https://www.google.com/culturalinstitute/collection/museum-t-g-masaryk-lany?hl=cs>

<sup>43</sup> Kancelář Václava Havla. 2015. *Art Project* [online]. [cit. 2015-04-05]. Dostupné z: <https://www.google.com/culturalinstitute/collection/nadace-dagmar-a-v%C3%A1clava-havlov%C3%BDch-vize-97?hl=cs>

nejprve jako Muzeum pohraniční stráže, poté Muzeum Sboru národní bezpečnosti a vojsk ministerstva vnitra.

Do Google Art Projectu se Muzeum Policie České republiky zapojilo v rámci oslav výročí 25. let od sametové revoluce. Jeho virtuální galerie tedy obsahuje on-line výstavu nazvanou Listopad 1989 a dále celkem 77 položek, které zachycují na příklad Řád Tomáše Garrigua Masaryka, ukázky služebních průkazů a stejnokrojů z různých období a další.<sup>44</sup>

#### **4.13 Oblastní galerie Liberec**

Sbírký liberecké oblastní galerie se během 20. století několikrát stěhovaly: z budovy muzea na počátku roku 1946 do budovy bývalého Liebiegova paláce, na přelomu let 2013 a 2014 pak do nových prostor v bývalých městských lázních na Masarykově ulici. Návštěvník zde nalezne stálou expozici českého umění 20. století, včetně regionálních umělců, francouzského umění 19. století (barbizonská škola, cenný soubor 17 děl Eugèna Boudina) a německého a rakouského umění 19. století. Na krátkodobých výstavách jsou k vidění jednak díla ze sbírek OGL, jednak prezentace českých i zahraničních současných umělců.

Prezentace Oblastní galerie Liberec v rámci Google Art Projectu obsahuje celkem 89 položek, od děl Eugèna Boudina po Maxe Švabinského.<sup>45</sup>

#### **4.14 Srovnání se zahraničními institucemi**

Nejnámější světové galerie, které byly u zrodu projektu, se v současné době prezentují poměrně jednoduše. Například součástí virtuální galerie Muzea moderního umění v New Yorku je zobrazení ve Street View a celkem 108 položek, včetně van Goghovy *Hvězdné noci* v kvalitě Gigapixel. Národní galerie v Londýně se prezentuje úctyhodnými 140 položkami, zobrazením Street View i dílem Hanse Holbeina mladšího *Vyslanci* v kvalitě Gigapixel. Metropolitní muzeum umění v New Yorku má k dispozici

---

<sup>44</sup> Muzeum Policie České republiky. 2015. *Art Project* [online]. [cit. 2015-04-05]. Dostupné z: <https://www.google.com/culturalinstitute/collection/muzeum-policie?hl=cs>

<sup>45</sup> Oblastní galerie Liberec. 2015. *Art Project* [online]. [cit. 2015-05-11]. Dostupné z: <https://www.google.com/culturalinstitute/browse/?q.8129907598665562501=240254171&q.openId=8129907598665562501&projectId=art-project&hl=cs>

rovněž Street View, dále 80 položek uměleckých děl, rovněž i dílo s možností zobrazení Gigapixel (Pieter Brueghel, *Žně*). Madridské Museo Reina Sofia má bohužel nefunkční zobrazení Street View, dále se prezentuje 59 položkami, včetně gigapixelového zobrazení malby Juana Grise *Láhev anýzu*.

Další významná světová kulturní zařízení, která se k projektu přidala v následujících letech, jsou například Dóžecí palác v Benátkách, Palazzo Vecchio ve Florencii, Belvedere a Albertina ve Vídni, zámky Chantilly a Fontainebleau ve Francii, Musée d'Orsay a Musée d'Orangerie v Paříži, Pařížská opera, Muzeum Akropole v Athénách, klášter svatého Jana na Pathmu, Kunsthaus Curych, Puškinovo muzeum výtvarných umění v Moskvě, The Art Institut of Chicago, Museo Nacional de Antropologia a Museo Frida Kahlo v Mexiku, National Gallery of Australia, Australian War Memorial v Canbeře, Suntory Museum of Art v Tokiu, Crafts Museum v Dillí a mnoho dalších. Zároveň ale některá důležitá muzea, jako je například Louvre v Paříži, v projektu chybí. Jak uvádí Sylvie Lauder po tiskové konferenci v Paříži, Google Cultural Institute i samotné muzeum o důvodech i přes otázky novinářů mlčí.<sup>46</sup>

---

<sup>46</sup> LAUDER, Sylvie. Chagall v obýváku: Google vybudoval celoplanetární galerii, muzeum i archiv – vše na jedné webové stránce. *Respekt*. 2015, (20): 59-63. ISSN 0862-6545.

## 5 Google Art Project očima českých institucí

### 5.1 Metodika výzkumu

Jak již bylo řečeno, v současné době je účastníkem projektu v České republice třináct institucí. Všechny byly zkontaktovány úvodním emailem s nabídkou spolupráce, v případě, že nereagovaly na toto oslovení, následoval pokus o telefonické spojení. Kontakt se podařilo navázat celkem s osmi subjekty: Národní galerií v Praze, Muzeem Kampa, Moravskou galerií v Brně, Židovským muzeem v Praze, Knihovnou Václava Havla v Praze, Muzeem umění Olomouc, Art centrem Egona Schieleho, Muzeem T. G. Masaryka Rakovník. Přímou Google Cultural Institute bohužel nereagoval na veškeré pokusy o zkontaktování, odpověď z Google Česká republika zněla, že bohužel nemají kapacitu na tyto aktivity.

Výzkum byl vedený formou rozhovoru nad dotazníkem s otázkami v tomto znění:

1. Kontaktovali jste Google Cultural Institute sami nebo jste byli osloveni?
2. Proč jste se chtěli do projektu zapojit, jaká byla vaše očekávání?
3. Jak dlouho proces před zapojením do Google Art Projectu trval?
4. Jak probíhal samotný sběr dat a celá tato komunikace?
5. Jaké je pozadí celého projektu po stránce legislativy?
6. Vaše hodnocení účasti v projektu?
7. Jaké jsou ohlasy, víte například od návštěvníků, že projekt znají?
8. Zajímají se o projekt média?
9. Máte informace o návštěvnosti vaší „virtuální galerie“?
10. Komunikuje s vámi Cultural Institute na pravidelné bázi?
11. Neobávali jste se případného poklesu návštěvnosti, ve chvíli, kdy je část zveřejněna na internetu?
12. Byla již před účastí v projektu na vašich webových stránkách k dispozici některá díla formou virtuální galerie?
13. Napadá vás cokoliv, co by mohlo projekt vylepšit? Případně máte ještě nějaké poznatky, které žádná z otázek neobsáhla?

Otázek je tedy celkem třináct, cílem práce je poskytnout co nejucelenější pohled na projekt, u některých otázek jsou případně využity i jiné zdroje než pouze přímý kontakt s účastníky. Odpovědi jsou v plném rozsahu připojeny v příloze, níže jsou postupně shrnuty a rozebrány.

## **5.2 Průběh výzkumu**

Šest oslovených institucí mělo k dispozici potřebné informace a s rozhovorem na dotazníkem souhlasilo. Ostatní oslovení na jakýkoliv kontakt buď nereagovali, nebo na základě nedostatku informací nebyli schopni o projektu zasvěceně hovořit. Tato situace se bohužel týkala prvních účastníků projektu, kterými jsou Museum Kampa a Národní galerie v Praze. V Museu Kampa však v současné době není vyčleněný žádný pracovník, který by se o projekt staral. Obsahem prezentace v projektu jsou stále původní data, která byla nahrána na počátku. Zaměstnankyně muzea, která projekt spustila, již v muzeu nepracuje a žije mimo Českou republiku. Nikdo ze stávajících zaměstnanců bohužel nebyl schopný na otázky odpovědět a ani v současnosti nemají zájem v projektu pokračovat.

S podobným problémem se potýká i Národní galerie v Praze. Jedinou reakcí bylo sdělení, že bohužel celý management se začátkem tohoto roku obměnil, o projektu v tuto chvíli nic nevědí a ani netuší, kdo z bývalých zaměstnanců se mu původně věnoval.

Uměleckoprůmyslové museum v současné době prochází rozsáhlou rekonstrukcí, s jeho zaměstnanci nebylo možné se spojit, respektive veškeré pokusy o kontakt zůstávaly bez odpovědi. Dále se nepodařilo zkontaktovat Oblastní galerii Liberec, Muzeum východních Čech v Hradci Králové, Muzeum Policie České republiky, Nadaci Dagmar a Václava Havlových Vize 97.

### **5.2.1 Navázání kontaktu s GCI <sup>47</sup>**

První otázka se zabývá primárním kontaktem s Google Cultural Institutem. Jak již bylo popsáno výše, institut osloví vybrané instituce sám, nebo je možné ho kontaktovat pomocí on-line dotazníku.

---

<sup>47</sup> Doslovné znění otázky: „Kontaktovali jste Google Cultural Institute sami nebo jste byli osloveni?“



Egon Schiele Art Centrum, Galerie umění Olomouc, Moravská galerie, Muzeum T. G. M. i Židovské muzeum shodně uvádí, že byli institutem osloveni. Knihovna Václava Havla je tedy jediným respondentem, který sám institut zkontaktoval. V Židovském muzeu a v Knihovně Václava Havla se domnívají, že k navázání spolupráce přispěl fakt, že jsou zajímavými institucemi v rámci světového kontextu.

V letech 2010/2011, kdy bylo pro startovní verzi projektu bylo osloveno Museum Kampa, k projektu se vyjádřila i Meda Mládková, zakladatelka Musea Kampa: *„Domnívám se, že naše muzeum bylo do projektu vybráno nejen pro svou fyzickou krásu – stojí na jednom z nejkrásnějších míst Prahy – ale hlavně pro svůj naprosto odlišný program, který se soustředí na střeoevropské umění 60. až 80. let 20. století. Doufám, že prezentace našeho muzea ze strany Googlu dokáže vzbudit zájem o umění i u mladých lidí.“*<sup>48</sup> Ve vyjádření pro Český rozhlas však zmínila i obavy a fakt, že ji projekt zaskočil: *„Je velmi kontroverzní, jestli to pomáhá umění, nebo nepomáhá. Já myslím, že to nepomáhá, protože to je strašně superficiální, lidi si kupují dokonce obrazy z toho, že se podívají na televizi, a já myslím, že tohle by nemělo být.“*<sup>49</sup>

Zapojení se i menších institucí v rámci České republiky a zjištění, že byly Google Cultural Institutem přímo osloveny, napovídá, že institut se oslovování institucí intenzivně věnuje a snaží o získání co nejvíce partnerů pro projekt. Přímé neoslovení Knihovny Václava Havla pravděpodobně značí spíše primární zaměření institutu na muzea a galerie, podle dalších celosvětových partnerů je však zřejmé, že institut se nevyhýbá ani dalším institucím se zajímavým či neobvyklým zaměřením a obsahem.

Oficiální informace Googlu Cultural Institutu shrnující, jaké procento z celkového množství partnerů projektu bylo osloveno přímo institutem a jaké je výsledkem vlastní iniciativy instituce, bohužel není k dispozici.

---

<sup>48</sup> Tiskové centrum Google Česká republika: TZ\_G\_11.02.01\_ArtProjekt [online]. 2011. [cit. 2015-04-11]. Dostupné z: <https://sites.google.com/a/pressatgoogle.com/cz/tiskove-zpravy>

<sup>49</sup> Díky Google lze projít světové galerie na internetu, dokonce i Kampu. 2011. Český rozhlas: Zprávy [online]. [cit. 2015-05-11]. Dostupné z: [http://www.rozhlas.cz/zpravy/vytvarno/\\_zprava/845302](http://www.rozhlas.cz/zpravy/vytvarno/_zprava/845302)

### 5.2.2 Motivace a očekávání<sup>50</sup>

Všechny instituce se shodují, že je přilákala možnost zviditelnit se, zprostředkovat on-line v rámci globální platformy základní informace o své instituci a zvýšit povědomí veřejnosti o ní, navíc ve spojení s mimořádně silným partnerem, jehož technické a propagační možnosti jsou na špičkové úrovni a který používá stále nové nástroje.

Mnoho institucí využívá GAP k prezentaci výběru toho nejlepšího ze svých stálých sbírek, včetně Moravské galerie v Brně, Art Centra Egona Schieleho i Židovského muzea v Praze. Možnosti samostatných výstav využívají zatím ze zkoumaných institucí tedy jen Muzeum umění Olomouc a již zmíněná Knihovna Václava Havla.

Kurátorka Židovského muzea v Praze pohlíží na projekt i z úhlu své kurátorské práce. Nepopíratelnou výhodou vidí v možnosti vyzkoušet si různé kombinace děl „vedle sebe“ a zjistit, zda jejich spojení funguje. Oceňuje celkově technologie, které mají díky institutu k dispozici: *„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, pořídili. 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 setkávají různé světy, hodně důležité.“*

Již u této otázky se však dá rozpoznat, které instituce projekt prozkoumaly detailněji a vidí jeho možnosti i jinde než jen v zachycení současných sbírek a propagaci. Knihovna Václava Havla projekt využívá k množství dočasných on-line výstav, a jak zástupce knihovny poznamenává, i k případnému zkoušení mantinelů v interakci s návštěvníky. Vidí jasný potenciál ve spojení mnoha obrazových či zvukových technologií, nechce mechanicky kopírovat stálé expozice ani webové stránky knihovny, ale naopak vymýšlet nové možnosti prezentace: *„To, co teď přichází s možností propojení ze Street View, s tím, že můžete jedno ‚políčko‘ udělat ve 2D,*

---

<sup>50</sup> Doslovné znění otázky: „Proč jste se chtěli do projektu zapojit, jaká byla vaše očekávání?“

*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.“*

### **5.2.3 Proces vstupu do projektu <sup>51</sup>**

Z odpovědí je zřejmé, že doba trvání od prvního kontaktu do prezentace v Art Projectu závisí primárně na přístupu partnerské instituce. Komunikace GCI je pravděpodobně i vzhledem k délce fungování institutu a samotného projektu již určitým způsobem a postupy zautomatizovaná. Žádná z oslovených českých institucí nemá ve svých řadách zaměstnance či osobu, jejíž pracovní náplní by byla výhradně digitální komunikace nebo digitální kurátorství. Instituce samy uznávají, že případná zdržení vznikala převážně z důvodů nedostatku času na jejich straně, ne tedy vinou GCI. Záviselo jistě i na jejich připravenosti, na faktu, zda již u nich digitalizace probíhala před vstupem do GAP (viz dále kapitola 5.2.4), a v neposlední řadě také na jejich zkušenostech a schopnostech práce s platformou on-line galerie.

Zapojení do projektu od počátku komunikace až k uvedení prezentace trvalo od zhruba dvou měsíců do jednoho roku, doplňování dalších děl a jejich schválení pak je většinou velmi rychlé (například Knihovna Václava Havla uvádí jeden den, což však prý může způsobit i časový posun, jejich garant programu žije v Kalifornii).

Vliv na délku trvání komunikace měl i fakt, zda instituce využila i funkce Street View a Gigapixel, a také kolik děl se rozhodla (zároveň také kolik z hlediska autorských práv mohla) v GAP použít.

### **5.2.4 Digitalizace děl a sběr dat <sup>52</sup>**

Google Cultural Institute poskytuje svým partnerům základní manuál, kde jsou uvedeny i informace týkající se potřebného rozlišení pro on-line prezentaci. Důležitým faktorem digitalizace a sběru dat byl fakt, zda již dané kulturní zařízení digitálně archivovalo své sbírky v minulosti nebo ne. Například Muzeum umění Olomouc má povinnost své

---

<sup>51</sup> Doslovné znění otázky: „Jak dlouho proces před zapojením do Google Art Projectu trval?“

<sup>52</sup> Doslovné znění otázky: „Jak probíhal samotný sběr dat a celá komunikace?“

sbírkové předměty průběžně digitalizovat, Židovské muzeum v Praze své kolekce tímto způsobem uchovává již od roku 1996. Ze svých původních zdrojů čerpalo i Muzeum T. G. M., Knihovna Václava Havla a Egon Schiele Art Centrum. Možnost použití těchto fotografií i pro vytvoření on-line galerií v rámci Art Projectu celý proces urychlí. Naopak Moravská galerie v Brně dila fotografovala až na základě účasti v GAP.

Spolupráci s Googlem popisují respondenti jako bezproblémovou, převážně se shodují na časové nenáročnosti a jednoduchosti celého procesu, kdy lze výraznou část procesu řešit prostřednictvím e-mailové komunikace, webového rozhraní a podobně. Pouze Egon Schiele Art Centrum popisuje spíše komplikace, které při focení celé galerie vznikly. Z důvodu masivních zdí se přístroj nemohl připojit na GPS, focení Street View tedy nakonec probíhalo dvakrát, dále uvádí celkovou časovou náročnost i komplikace při provozu muzea během fotografování pěti děl v gigapixelové kvalitě.

Jak upřesnila pracovnice Židovského muzea, podle vyjádření managementu GCI v budoucnosti budou kamery zapůjčovány jednotlivým partnerům, kteří je budou obsluhovat sami. Google se zaměří na vývoj, pak jen partnery naučí s novinkami pracovat a bude je motivovat ke kreativnímu využití.

Zde je jistě nutné vzít v úvahu i fakt, nakolik jsou pracovníci zvyklí pracovat s webovým rozhraním a jaká je celkově úroveň jejich počítačových dovedností. Pro žádného z těchto pracovníků není digitální komunikace primárním zaměřením jejich práce, o prezentaci v rámci Google Cultural Institutu se starají nad rámec svých běžných (například kurátorských či asistentských) povinností.

### **5.2.5 Legislativa<sup>53</sup>**

Autorská práva představují složitý problém, se kterým se setkává řada subjektů a jsou komplikovanou součástí i Art Projectu. Všechny instituce jsou si důležitosti legislativní úpravy vědomy a řeší ji velmi důkladně. Často pro ně ale může znamenat i zádrhel při publikování některých děl. Egon Schiele Art Centrum zvolilo cestu využití pouze těch prací, u kterých je situace jednoznačná (například doba od úmrtí autora), Muzeum umění Olomouc ustoupilo od prezentace stálé expozice v Arcidiecézním muzeu Olomouc, neboť vlastníkem exponátů a autorských práv k jejich reprodukování je církev. Složitá je domluva i s některými současnými autory, kteří, jak uvádí zástupce

---

<sup>53</sup> Doslovné znění otázky: „Jaké je pozadí celého projektu, co se týče legislativy?“

Knihovny Václava Havla, zcela nevěří zveřejňování děl na internetu (často i na základě předchozí negativní zkušenosti, kdy někdo jejich práci použil bez uvedení autorství) a je rovněž složité jim vysvětlit nekomerční charakter celého projektu. Na druhou stranu však uvádí i situace, kdy pozůstalé ekonomický zisk nezajímá a uvítají, když je dané dílo zveřejňováno a autor je možná i díky Googlu zpětně doceněn.

Muzeum umění Olomouc upřesňuje zjednodušeně obsah smlouvy s Google Cultural Institutem slovy: *„Je plně na nás, jaký obsah zveřejňujeme, případné spory o autorská práva jsou však také v naší kompetenci.“* Moravská galerie v Brně rovněž zmiňuje problematičnost smlouvy hned v několika ohledech (ovšem bez specifikací), výstižně tuto problematiku shrnuje zástupkyně Židovského muzea v Praze: *„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‘.“*

### **5.2.6 Hodnocení účasti v projektu<sup>54</sup>**

Instituce v zásadě hodnotí svou účast v projektu velmi pozitivně, a to zejména Knihovna Václava Havla, Moravská galerie v Brně, Muzeum umění Olomouc a Židovské muzeum v Praze. Oceňují zejména připravenost nabídky od Googlu, opravdový zájem o komunikaci a řešení nastalých problémů i možnost nahlédnout do fungování některých technologií. Zároveň upozorňují na další možnosti zapojení a stále se rozvíjející technologie, které umožní nové možnosti on-line prezentací i přednášek.

Na druhou stranu zástupce Art Centra Egona Schieleho se domnívá, že vložená energie a čas se spíše pozitivně odrazí v reklamě Googlu než v jejich vlastní. Negativně či až s lítostí vzhledem k možnostem projektu je opět hodnocen nedostatek vlastního

---

<sup>54</sup> Doslovné znění otázky: „Vaše hodnocení účasti v projektu?“

času či kapacit pro vylepšování a posuny, což již zaznělo u předchozích otázek. Lze proto shrnout, že potenciál nabízený Googlem je poměrně široký, ale záleží na každé instituci, co je schopna využít a jak se aktivně zapojit.

Zároveň zástupkyně Židovského muzea upozorňuje i na vlastní on-line prezentaci, kde budou veřejné části katalogů určené ke studiu badatelům i laikům. GCI má zaujmout na první pohled, on-line publikace sbírek pak má plošně zpřístupnit fondy. Dále také upozorňuje na postupný rozvoj 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.“*

### **5.2.7 Zpětná vazba návštěvníků<sup>55</sup>**

Z odpovědí vyplynulo, že takřka všechny instituce si nejsou vědomy reakcí veřejnosti či nemají zkušenost s tím, že by někdo přišel na základě jejich prezentace v rámci GAP. Většinou zmiňují ohlasy spojené s tiskovou zprávou či zahájením výstav než přímé ohlasy lidí. Pouze zástupci Muzea T. G. M. a Muzea umění Olomouc ví o kladných reakcích návštěvníků. Možné ovšem je, jak podotkli v Egon Schiele Art Centru, že jim jen návštěvníci nesdělují, že je znají prostřednictvím GAP.

Odpovědi na tuto otázku jsou poměrně zajímavé zvláště v souvislosti s kladným hodnocením projektu od většiny institucí, na základě čehož by se dala očekávat širší pozitivní reakce od návštěvníků. Mohou tedy buď očekávat, že se zájem zvedne postupně (v případě těch, které se zapojily do GAP v nedávné době), či se tolik nesoustředí na ohlas v počtu návštěvníků, ale spíše na ohlasy on-line sbírky. Otázkou samozřejmě je, nakolik samy propagují svou účast v projektu. Na webových stránkách má z respondentů přímý odkaz na svou prezentaci v Google Art Projectu jen Knihovna Václava Havla. Ze všech třinácti účastníků projektu pak ještě Museum Kampa. Na webových stránkách zbylých partnerů projektu dominují odkazy na jejich facebookovou

---

<sup>55</sup> Doslovné znění otázky: „Jaké jsou ohlasy, víte například od návštěvníků, že projekt znají?“

stránku, Muzeum umění Olomouc uvádí dokonce šest odkazů na různé sociální sítě, ale odkaz na jejich prezentaci v rámci Google Art Projectu nikoliv.

### 5.2.8 Zájem médií<sup>56</sup>

Respondenti mají poměrně odlišné zkušenosti se zájmem a reakcí médií. Převažující je spíše nezájem médií o projekt či samotné výstavy, respektive se oslovení nesetkali s větším zájmem než jindy. Na druhou stranu Muzeum umění Olomouc a Muzeum T. G. M. zaznamenaly kladnější ohlasy, které se projevily zvýšeným počtem článků či přímo reportáží. Je ovšem těžké posoudit, zda u ostatních nebyl zájem obdobný, jen byl srovnatelný jako například při zahajování jiných výstav.

Zároveň zmiňují odlišnou situaci v zahraničí, kde obdobné akce zájem vyvolávají. Rozdíly mohou být podle nich dané i neinformovaností návštěvníků a nejistotou v očekávání. Upozorňují i na samotnou roli Googlu a kampaně, kterou kolem GAP vytváří. Zástupce Knihovny Václava Havla situaci popisuje slovy: *„Podle statistik ze zámoří je jasné, že o GAP zájem je a že to funguje, ale lidé jsou spíš zvyklí, že webové stránky jsou obecným úvodem. V muzeu dostanou audio guide, čímž získají další informace. Ale neví, že by existovalo ještě něco navíc. Lidé moc dobře netuší, co od toho čekat, je těžké jim to vysvětlit.“*

### 5.2.9 Návštěvnost on-line<sup>57</sup>

Součástí webového rozhraní je i analytika, která ukazuje návštěvnost za posledních 90 dní. Všichni účastníci projektu mají tuto statistiku k dispozici, ale liší se jejich využívanost, reflexe i zkušenosti. Moravská galerie v Brně uvedla, že tento údaj k dispozici nemají, což je však velmi nepravděpodobné. Zřejmě zde opět naráží na nedostatek času případně i zájem o prozkoumání veškerých možností webového rozhraní.

Instituce, které přesné údaje návštěvnosti uvedly, ji hodnotí jako velmi dobrou. Srovnání není možné, jelikož uvádějí někdy celkovou návštěvnost, jindy návštěvnost

---

<sup>56</sup> Doslovné znění otázky: „Zajímají se o projekt média?“

<sup>57</sup> Doslovné znění otázky: „Máte informace o návštěvnosti vaší virtuální galerie?“

průměrnou, která se váže k dílčím výstavám. Muzeem T. G. M. ale zmiňuje i pozitivní zpětné vazby, kdy se ozývají kulturní zařízení ze zahraničí, které mají zájem o propojení aktivit.

V odpovědích se znovu objevuje odkaz na nedostatek času a kapacit. Směřuje jak k samotnému sledování a analyzování statistik, tak zejména k nižší návštěvnosti spojené právě s neaktualizováním stránek a aplikací. Lze shrnout, že návštěvnost virtuální galerie se u jednotlivých institucí velmi liší a zásadní roli hraje aktivita samotných institucí, jejich čas strávený aktualizací a doplňováním sbírek a podobně. Aktivnější instituce či instituce nabízející širší spektrum sbírek mají pozitivnější ohlasy.

Podrobné informace o analytice a srovnání s on-line výstavami na Facebooku poskytuje Knihovna Václava Havla: *„Vidíte, jaká byla návštěvnost i odkud, případně která položka byla nejzajímavější a kolik času na ní lidé strávili. Přibližně 75 % jsou cizinci, z toho odhadem 70 % jsou Američané. Teď máme návštěvnost v rámci desetitisíců (pro srovnání, různé on-line výstavy na Facebooku měly návštěvnost v řádu stovek). Myslím, že to není moc, že 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 budeme takto starat, návštěvnost může být velká.“*

### **5.2.10 Komunikace s GCI <sup>58</sup>**

Všechny subjekty komunikují s GCI, liší se ovšem frekvence komunikace, která je závislá na mnoha faktorech. Ty, které momentálně jednají o odsouhlasení různých dat, či jsou aktivní a průběžně doplňují své sbírky nebo pořádají častěji on-line výstavy, komunikují s GCI samozřejmě více. Zmíněni jsou i přidělení pracovníci, se kterými řeší aktuální dění a problémy. Z odpovědí je zřejmé, že se nejedná o stejnou osobu, garanti programu tedy zřejmě nejsou přiřazováni regionálně. Respondent z Knihovny Václava Havla zmiňuje v předchozí odpovědi zástupce z Kalifornie, Muzeum T. G. M. uvádí pracovníka v Londýně a Egon Schiele Art Centrum dokonce Česku, sídlící rovněž v Londýně.

Zároveň jsou instituce průběžně kontaktovány formou digitálních newsletterů. Podle kurátorky Židovského muzea jsou newslettery zasílány pravidelně, ale nepříliš

---

<sup>58</sup> Doslovné znění otázky: „Komunikuje s vámi Cultural Institute pravidelně?“



často. Interpretuje si to tak, že nechtějí zahlcovat příjemce, zároveň ale mají informace o dřívější nepříliš kvalitní komunikaci s partnery (zejména ohledně kreativity prezentací) a mají tedy zájem situaci zlepšit. V tomto ohledu je oceňována změněná strategie a přístup k menším muzeím či galeriím, které mají omezené možnosti digitálních prezentací a podobně. I v otázce komunikace se projevuje přístup jednotlivých zařízení a vědomí, že efektivní je právě aktivní postoj.

### 5.2.11 Obavy o pokles návštěvnosti <sup>59</sup>

Zástupci institucí uznávají, že obavy a skeptické názory zaznívají, ale oni sami se shodují s názory odborníků na funkci on-line výstav a digitálního zpracování. Ani jeden z respondentů neprojevil strach spojený s poklesem návštěvnosti vlivem zpřístupnění svých sbírek on-line. Považují to za obvyklý chybný argument a naopak se domnívají, že digitální zpracování návštěvníky do muzeí zpět přivede, a to včetně těch, které dříve jen tradiční prezentací neoslovili. Zmíněna je jak autenticita děl a možnost shlédnout originál, tak jedinečnost míst, ve kterých se některá díla nacházejí. Rovněž upozorňují, že v digitálních sbírkách zdaleka není vše a návštěvník tak může být nalákán na díla z dalších kolekcí. Také upozorňují na odlišnou roli digitálních sbírek, kdy mohou být zpřístupněna díla, která jinak nelze vystavovat (bezpečnostní důvody, klimatické podmínky), či na funkci děl jako studijního materiálu pro odborníky.

Obavy o pokles návštěvnosti lze tedy považovat za prvotní reakci způsobenou pravděpodobně přirozeným strachem z neznámého a nového u účastníků, kteří se například natolik ještě digitalizací nezabývali. Ovšem fakt, že obavy existovaly a institut se s nimi setkával, zmínil i Amid Sood, jeden ze zakladatelů projektu, při své prezentaci v Paříži.<sup>60</sup> Dokonce uvádí příklad, a to amsterdamské Rijksmuseum, jedno ze sedmnácti zakládajících institucí: v loňském roce do něj zavítalo nejvíce lidí v jeho historii, zároveň pro ně byl nejúspěšnější i co se týče příspěvků od soukromých sponzorů.<sup>61</sup>

---

<sup>59</sup> Doslovné znění otázky: „Neobávali jste se případného poklesu návštěvnosti, ve chvíli, kdy je část zveřejněna na internetu?“

<sup>60</sup> Světové umění na síti: Google shromažďuje kulturní dědictví. 2015. *Česká televize* [online]. [cit. 2015-05-04]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/kultura/309992-svetove-umeni-na-siti-google-shromazduje-kulturni-dedictvi/>

<sup>61</sup> LAUDER, Silvie. Chagall v obýváku: Google vybudoval celoplanetární galerii, muzeum i archiv – vše na jedné webové stránce. *Respekt*. 2015, (20): 59-63. ISSN 0862-6545.

Pracovník Muzeum umění Olomouc problematiku shrnuje slovy: „*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 Projectu 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.*“

### **5.2.12 Dosavadní formy virtuální prezentace <sup>62</sup>**

Pro Egon Schiele Art Centrum nebo Muzeum T. G. M. byla virtuální prezentace novinkou, Moravská Galerie v minulosti spustila projekt Mikrogalerie, která je však z technických důvodů již několik let stažena. V současné době připravují prezentaci celé sbírky, tedy přibližně 160 tisíc artefaktů, na svých webových stránkách. GAP totiž nevnímají jako náhradu sbírek on-line, ale spíše jako jednu z možností prezentace a archivace stávajících expozic.

Návštěvníci webové stránky Muzea umění Olomouc virtuální galerii k dispozici měli, avšak s nižší kvalitou snímků než nyní v rámci GAP. Knihovna Václava Havla pro umístění galerií využívala sociální sítě, po přestěhování do jiné budovy s menším prostorem na vystavování se pokouší umístit co nejvíce věcí na web. V tuto chvíli zde mají k dispozici dotykovou mapu s dodatečnými fotkami a zvuky. Virtuální galerie ostatních respondentů fungují formou fotoalb.

Souhrnně lze říci, že GAP znamenal hodně pro rozšíření aktivit dílčích institucí, umožnil jim odlišnou formu prezentace i posun v prezentaci pro veřejnost (včetně například anglických mutací stránek).

### **5.2.13 Podněty <sup>63</sup>**

Zde měli dotazovaní prostor k vyjádření veškerých dalších informací či podrobností, které otázky neobsáhly, případně mohli sdělit návrhy ke zlepšení projektu.

---

<sup>62</sup> Doslovné znění otázky: „Byla již před účastí v projektu na vašich webových stránkách k dispozici některá díla formou virtuální galerie?“

<sup>63</sup> Doslovné znění otázky: „Napadá vás cokoliv, co by mohlo projekt vylepšit? Případně máte ještě nějaké poznatky, které žádná z otázek neobsáhla?“

Pracovník Knihovny Václava Havla zmiňuje uspořádání důležitých dat na jednom místě a uvádí i další pozitiva projektu: *„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.“*

Zástupce Egon Schiele Art Centra se soustředí na technické problémy: nevyhovující komunikace se zástupci GCI, technologická náročnost při nahrávání fotografií, problémy s 3D fotografováním, malá technická podpora. Dále zmiňuje i problematickou možnost jazykových variant (některé pasáže jsou česky, některé anglicky). Další respondenti jsou pozitivnější: Muzeum T. G. M. kladně hodnotí neustálé úsilí o zlepšení technologických možností, vyvíjení nových verzí, jako negativum jmenuje nedostatek financí pro jakéhokoliv dalšího pracovníka, který by se o tuto on-line prezentaci postaral.

Muzeum umění Olomouc oceňuje využití chytrých telefonů, díky čemuž momentálně pracují na využití exponátů i v mobilní aplikaci, která se dá použít i jakožto průvodce při fyzické prohlídce.

Kurátorka Židovského muzea vyzdvihuje následující: *„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.“*

### **5.3 Nedostatky Google Art Projectu**

Během zpracovávání odpovědí respondentů a zároveň vlastního výzkumu vycházely na povrch nedostatky tohoto projektu, které jsou jak rázu organizačního, tak technického.

#### **5.3.1 Organizační nedostatky**

Smyslem projektu je zpřístupnit umění návštěvníkům bez ohledu na to, kde se nachází oni a kde dílo, které je zajímá. Institut přímo oslovuje či schvaluje přihlášené instituce, kterým projekt představí, poukáže na jeho možnosti. Není však nadále v jeho silách určovat směr, kterými se mají instituce ve svých prezentacích ubírat. Je mnoho cest, které je možné zvolit. Z prezentace Národní galerie v Praze je zřejmé, že předkládá jen výběr svých zásadních děl, Židovské muzeum pojalo svou on-line expozici z hlediska typologické rozmanitosti svých fondů, Museum Kampa zdigitalizovalo jen svou stálou expozici, někteří zahraniční partneři si zakládají na detailním vyobrazení instituce jako takové a například Knihovna Václava Havla pravidelně zveřejňuje on-line výstavy, které byste právě v té době v jejich sídle nenalezli.

Jak však z některých odpovědí vyplývá, jsou instituce, které chtějí tento nástroj použít, ale možná přesně nevědí, jak ho uchopit a jakou cestou se vydat. Není pravděpodobně v kapacitě institutu provádět detailně účastníky projektem a přicházet s nimi na to, jaká on-line prezentace by jejich instituci prospěla nejvíce. Zástupci institutu jsou s účastníky v kontaktu, zástupce Knihovny Václava Havla hovoří o tom, že jej vybízí k aktivitě a dalším on-line výstavám, avšak myšlenka jako taková je čistě na něm. Kurátorka Židovského muzea však uvádí, že i tyto nedostatky už si GCI uvědomuje a postupem času bude partnerským zařízením z hlediska kreativity více k dispozici.

Některými českými institucemi tedy zůstává Google Art Project ne zcela dobře pochopen: například Egon Schiele Art Centrum nevyužívá naplno jeho možnosti, roli jistě hraje i fakt, zda pracovník jakéhokoliv kulturního zařízení, který má projekt na starosti, vnímá jeho pozitiva a umí s nimi pracovat, zda ho propojí ho s jinými

komunikačními kanály, například webovou stránkou či sociálními sítěmi, a věnuje se i dočasným výstavám a jiným aktualizacím. Jak upozorňuje zástupce Knihovny Václava Havla, návštěvníci se pak k projektu vrací, když se v on-line prezentaci nezobrazuje jen stále stejná stálá expozice. I první český účastník Google Art Projectu Museum Kampa na něj v současné době rezignoval – přitom v nedávné době spustil vlastní aplikaci, která obsahuje informace o sbírkách muzea a může tedy fungovat rovněž jako průvodce.

Jak upozorňuje i kurátorka Židovského muzea, ve světových kulturních zařízeních bývá již dnes běžné, že v rámci marketingového oddělení funguje pracovník, jehož zodpovědností je on-line prezentace instituce či digitální kurátorství. Jak již bylo řečeno, nedostatky ze strany českých partnerů projektu tedy zjevně vychází i z toho, že se projektu věnují nad rámec svých standardních povinností či mimo pracovní dobu, tedy ve svém volném čase. Zároveň jim daný obor on-line komunikace nemusí být nijak blízký a s projektem proto pracují mechanicky, a případně tedy i bez potřebné invence.

Zároveň je třeba, aby se i sama kulturní zařízení zabývala upozorňováním veřejnosti na projekt a jejich činnosti v rámci něj. V České republice o něm pravděpodobně není vysoké povědomí – média se mu věnují jen u příležitosti vstupu nových českých partnerů do projektu, tedy ve chvíli, kdy Google pořádá tiskové konference a rozesílá médiím tiskové zprávy. Nízké povědomí potvrzuje i převážně zahraniční návštěvnost, kterou GAP institucím zobrazuje. Zároveň, jak již bylo uvedeno výše, jen Museum Kampa a Knihovna Václava Havla na svých webových stránkách uvádí odkaz na svou prezentaci v projektu. A navíc i ten je snadno přehlédnutelný.

Google Art Project je téměř nekonečným zdrojem různých uměleckých či naučných obsahů, zároveň však právě proto může na uživatele působit až nepřehledně, což způsobují právě i různé možnosti užití institucemi. Větší zapojení garantů, případné nasměrování partnerských kulturních zařízení správným směrem a jejich průběžné konzultace aktivit v rámci programu by jistě v budoucnu Google Art Projectu prospěly.

V téměř neomezeném množství položek a jejich přístupnosti tkví další dopady, stejně jako u dřívějších technologických změn: mimo jiné vedle sebe staví bez rozlišení věci podstatné i banální. Jak v textu Silvie Lauder z Respektu shrnuje Karel Císař z Vysoké školy uměleckoprůmyslové: „*Může smazat hranice mezi tím, co je důležité, a co méně.*“

### 5.3.2 Technické nedostatky

Na závěr je třeba zmínit při samotném výzkumu zjištěné nedostatky na webových stránkách GAP, tedy nikoliv na základě odpovědí respondentů. Některé české instituce, které jsou součástí projektu, nelze pomocí vyhledávacího okna Art Projectu najít, jako například Knihovnu Václava Havla, Východočeské muzeum v Hradci Králové nebo Muzeum Policie České republiky. Ve chvíli, kdy je instituce zadaná do běžného vyhledávače spolu se slovy „Google Art Project“, lze on-line prezentaci institucí zobrazit, a také je to možné samozřejmě přímým odkazem na stránky GAP.

Stejně tak se instituce nezobrazí při zadání klíčového slova „Czech Republic“ do vyhledávacího okna v sekci *Sbírky*. Zobrazených institucí je pouze osm: Egon Schiele Art Centrum, Moravská galerie v Brně, Museum Kampa, Museum of Decorative Arts In Prague, Museum of Eastern Bohemia in Hradec Králové, Muzeum umění Olomouc, The National Gallery in Prague, Židovské muzeum v Praze (Jewish Museum in Prague).<sup>64</sup> Zároveň pokud chce návštěvník vyhledat sbírku Národní galerie v Praze, ale zadá název v češtině, protože český jazyk již je v nastavení dostupný, galerie se mu nezobrazí. V tomto případě však vinou instituce, informace lze mít na stránkách ve více jazycích.

GAP v nedávné době prošel na první pohled téměř nepostřehnutelnou úpravou. Před ní si však již stránky „pamatovaly“, v jakém jazyce uživatel stránku používal, v současné době je třeba při každé návštěvě jazyk znovu zvolit (i v případě stálého přihlášení uživatele svým účtem u Googlu).

---

<sup>64</sup> Zobrazeno v přesném znění, jako na webových stránkách

## Závěr

Proměna prezentace uměleckých děl je v současné době úzce spojena s rozvojem moderních technologií. Kulturní instituce se snaží zaujmout své návštěvníky jinak, než tomu bylo dříve, daleko častěji se výstavy stávají interaktivními a návštěvníci jsou tak do expozic vtaženi a stávají se jejich součástí. Další možností je využití internetu jako komunikačního prostředku. Jednou z institucí, která se vydala tímto směrem, je Google Cultural Institute přinášející několik projektů spojených s uměním. Nejvýznamnějším z nich je Google Art Project. Za dobu své existence se rozrostl z takzvaného dvacetiprocentního projektu do projektu nebývalých rozměrů, ze sedmnácti partnerských institucí na více než 700 z celého světa, z tisíce zveřejněných uměleckých děl na více než 90 000. Jeho roční návštěvnost je až 16 milionů lidí. Možnost detailního přiblížení díky unikátním technologiím, které Google vyvíjí, je ojedinělá.

Cílem práce bylo představit tento mezinárodní projekt a prostřednictvím českých institucí, které jsou do projektu zapojeny, se pokusit zodpovědět otázky spojené s jeho existencí fungováním i budoucností kulturních institucí. Primárně se výzkum soustředil na otázky celkového fungování projektu, přístupu Googlu k autorským právům, zároveň byl důraz kladen na praktickou stránku spolupráce s Googlem, složitost zapojení se do projektu a podobně.

Jak uvádí ředitel Google Cultural Institute Amit Sood, spuštění projektu provázely tři reakce: Nepřestanou lidé do muzeí chodit, když budou digitální verze sbírek tak snadno a zdarma dostupné? Nezamýšlí Google na uměleckých kolekcích vydělávat? Jak budou vyřešena autorská práva? Google se v každé smlouvě možnosti výdělků vzdal a autorská práva jsou zodpovědností každé instituce dle legislativy v dané zemi.<sup>65</sup> Obavy z případného poklesu návštěvnosti se rovněž nenaplnily, jak potvrzují i oslovené české instituce zapojené do projektu. Zážitek z návštěvy muzea je nenahraditelný. Zároveň instituce uvádí, že záleží jen na jejich kreativitě, jak k projektu přistoupí, odliší ho od reálných expozicí a zda plně využijí potenciálu a možností, které jim nabízí. I sám ředitel Google Cultural Institutu Laurent Gaveau uvádí, že dnes již žádné výhrady neslyší: „*Čím víc něco sdílíme, tím větší je touha zažít opravdovou*

---

<sup>65</sup> LAUDER, Silvie. Chagall v obýváku: Google vybudoval celoplanetární galerii, muzeum i archiv – vše na jedné webové stránce. *Respekt*. 2015, (20): 59-63. ISSN 0862-6545.

*zkušenost při návštěvě muzea.*“<sup>66</sup> Zástupci oslovených institucí doplňují, že reálná návštěva muzea a pohled na umělecká díla jsou zážitkem nepřenositelným a nenahraditelným, návštěvník vnímá nejen samo dílo, ale i atmosféru a samotný prostor muzea či jiné instituce. Zároveň se domnívají, že Google Art Project přichází s něčím jiným, jinou formou zážitku, než jakou umožňuje návštěva kamenné instituce, a cíle se proto nekříží. Virtuální galerie umožňují zpřístupnit místa, kam by se lidé jinak nedostali, i díla, která by nemohli z rozličných důvodů vidět (ať už kvůli faktu, že nejsou z bezpečnostních či konzervačních důvodů vystavená, ale i vzhledem k možné omezené mobilitě potenciálních návštěvníků). Projekt zároveň otevřel zatím netušené možnosti z hlediska digitálního kurátorství. Nabízí se možnost rozšíření on-line výstav, které na rozdíl od výstav reálných nejsou tak nákladné a v budoucnu se tedy stanou možná i plnohodnotnou součástí vystavování. Díla, která jsou digitalizována ve vysokém stupni rozlišení, zároveň mohou sloužit i jako studijní materiály pro vědce, neopominutelný je rovněž význam pro školní výuku.

Téměř všechny oslovené instituce hodnotí účast v projektu pozitivně. Přesto některé vidí i určité nedostatky spočívající jak v komunikaci s Google Cultural Institutem, tak s technologickou náročností samotného procesu digitalizace. Pouze jedna z institucí si stěžovala na složitost komunikace s institutem, ostatní naopak hodnotili přístup pracovníků institutu velmi pozitivně. V případě technologických problémů by některé instituce uvítaly snadnější a pro provozovatele lépe pochopitelné systémy, jiné je však popisovaly jako velmi intuitivní. Na druhou stranu většina institucí uznává zejména mezery ve svém přístupu, a to především časovou náročnost a nedostatek lidských kapacit, které by se mohly dostatečně projektu věnovat. V zahraničních institucích pracují v rámci kulturních institucí čím dál častěji zaměstnanci věnující se digitálnímu světu, u nás to však ještě nijak běžné není.

Google Art Project má sice v současnosti v České republice 13 partnerských institucí, ale lze očekávat, že do budoucna se tento počet bude zvyšovat. Potenciál má proto navazující výzkum, který by umožnil porovnání zkušeností institucí, které v rámci Google Art Projectu působí dlouhodobě a které mají pouze krátkou zkušenost. Zároveň by bylo možné porovnávat zkušenosti českých a jiných zahraničních institucí. Pohled

---

<sup>66</sup> Světové umění na síti: Google shromažďuje kulturní dědictví. 2015. *Česká televize* [online]. [cit. 2015-05-04]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/kultura/309992-svetove-umeni-na-siti-google-shromazduje-kulturni-dedictvi/>



institucí na zapojení do Google Art Projectu by doplnil rovněž pohled návštěvníků a uživatelů webových rozhraní. Šetření mezi návštěvníky by ukázalo, jak ovlivnily virtuální sbírky návštěvnost kamenných kulturních institucí.

## Summary

The change of art work presentation is connected with development of modern technologies these days. Cultural institutions are trying to impress the visitors in different ways than they used to do before. The exhibitions tend to be more interactive and visitors are becoming a part of it. There are also other options, for example using internet as a communication tool. One of the institutions which took this direction is Google Art Project. Its mission is to curate artwork online in the highest resolution possible. From its beginning it grown from an 20% project to an extraordinary one. From seventeen partnership institutions to more than seven hundred and from one thousand art pieces to at least 90 000. Google Art Project besides of this amount of art promises much more in the future.

Thesis focuses on a complex understanding of the project from a different points of view – technical, organizational and also the whole project contribution. There are thirteen partnership institutions in the Czech Republic, but presumably the amount is going to grow. Institutions admit that the project gave them a great benefit of having their collections documented with the best technology possible, they also appreciate a good cooperation with Google Art Project, fast evolution of the project and a lot of possibilities to work with. On the other side, some of them were facing a technological difficulties and they would may appreciate a better technical support. But they are also admitting that there is a lot of deficiency on their own site, most of them are curators, PR managers or assistants who are working on this project on site.

The real visit of the museum or other institution is irreplaceable. Visitors see not only the art piece but also the the institution itself and enjoy the atmosphere. Online exhibitions are not competing the real ones, because Google Art Project brings another formo of experience. Finally, it brings new possibilities for education and science and give the opportunity to see art pieces anytime on the other side of the world.

## Použitá literatura

BENJAMIN, Walter. *Dílo a jeho zdroj*. Praha: Odeon, 1979.

FISHER, Philip. *Making and Effacing Art: Modern American Art in a Culture of Museums*. 1st Harvard University Press pbk. ed. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1991. 267 s. ISBN 06-745-4305-X.

GOMBRICH, E. H. *Příběh umění*. Vyd. 2., rev., v MF a Argu 1. Překlad Miroslava Tůmová. Praha: Mladá fronta, 683 s., 2001. Document (GASK). ISBN 80-204-0685-9.

HENDL, Jan. *Přehled statistických metod zpracování dat: analýza a metaanalýza dat*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004, 583 s. ISBN 80-717-8820-1.

JOHNOVÁ, Radka. *Marketing kulturního dědictví a umění: [art marketing v praxi]*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. 284 s. ISBN 978-80-247-2724-0.

KESNER, Ladislav. *Muzeum umění v digitální době: vnímání obrazů a prožitek umění v soudobé společnosti*. Vyd. 1. Praha: Národní galerie v Praze, 2000. 259 s. ISBN 80-720-3252-6.

KESNER, Ladislav. *Marketing a management muzeí a památek*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. 304 s. ISBN 80-247-1104-4.

KOTLER, Philip. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2.

KOTLER, Neil G., Philip KOTLER, Wendy I. KOTLER. *Museum Marketing and Strategy: Designing Missions, Building Audiences, Generating Revenue and Resources*. 2nd ed. San Francisco: Jossey-Bass, c2008, 511 p. ISBN 978-078-7996-918.

MLÁDKOVÁ, Meda a Ondřej KUNDRA. *Meda Mládková - můj úžasný život*. 1. vyd., Praha: Academia, 2014. 176 s. ISBN 978-80-87344-21-7.

NEGROPONTE, Nicholas. *Digitální svět*. Vyd. 1. Praha: Management Press, 2001, 207 s. ISBN 80-726-1046-5.

OBRIST, Hans Ulrich. 2012. *Stručná historie kurátorství*. V českém jazyce vyd. 1., Kutná Hora: GASK - Galerie Středočeského kraje, 201 s. ISBN 978-80-7056-167-6.

RENTSCHLER, Ruth a Anne-Marie HEDE. 2009. *Museum Marketing: Competing In The Global Marketplace* [online]. [cit. 2015-04-12]. Dostupné z: [https://books.google.cz/books?id=3kqTF58yNIUC&printsec=frontcover&hl=cs&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.cz/books?id=3kqTF58yNIUC&printsec=frontcover&hl=cs&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

VERGO, Peter. 1989. *The New Museology*. London: Reaktion Books, 230 p. ISBN 09-484-6203-5.

WISE, David A. a Mark MALSEED. *Google Story*. Praha: Pragma, 2007, 363 s. ISBN 978-80-7349-034-8.

Články:

LAUDER, Silvie. Chagall v obýváku: Google vybudoval celoplanetární galerii, muzeum i archiv – vše na jedné webové stránce. *Respekt*. 2015, (20): 59-63. ISSN 0862-6545.

Elektronické knihy:

KOTLER, Neil G., Philip KOTLER, Wendy I. KOTLER a Neil G. KOTLER. 2008. *Museum Marketing and Strategy: Designing Missions, Building Audiences, Generating Revenue and Resources* [online]. 2nd ed. San Francisco: Jossey-Bass, 511 s. [cit. 2015-04-11]. ISBN 978-078-7996-918. Dostupné z: <http://ir.nmu.org.ua/bitstream/handle/123456789/128590/271bf4705b5dcad5b8eb5b1de931dfc7.pdf?sequence=1>

Další elektronické zdroje:

*Art Project VI: Launch event at Tate Britain* [video]. 2011. [cit. 2015-04-10]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=NsynsSWVvnM>

BLASCHKE, Melanie. 2012. Official Blog. *Google* [online]. [cit. 2015-05-11]. Dostupné z: <http://googleblog.blogspot.cz/2012/05/explore-historic-sites-with-world.html>

Centrální evidence sbírek. ŽALMAN, Jiří. *Ministerstvo kultury* [online]. [cit. 2015-05-12]. Dostupné z: <http://ces.mkcr.cz/cz/sbirky.php>

Česká muzea a galerie zpřístupňují své sbírky na Google Art Projektu. 2014. *Marketing & Media* [online]. [cit. 2015-05-01]. Dostupné z: <http://mam.ihned.cz/c1-62446980-ceska-muzea-a-galerie-zpristupnuji-sve-sbirky-na-google-art-projektu>

EGON SCHIELE ART CENTRUM. 2005. *Historie vzniku* [online]. [cit. 2015-05-06]. Dostupné z: <http://www.schieleartcentrum.cz/cs/historie-vzniku/2/>

Google Art Project:

Art Project. *Egon Schiele Art Centrum* [online]. [cit. 2015-05-04]. Dostupné z: <https://www.google.com/culturalinstitute/collection/egon-schiele-art-centrum?projectId=art-project>

Art Project. *Jewish museum in Prague* [online]. [cit. 2015-04-12]. Dostupné z: <https://www.google.com/culturalinstitute/collection/%C5%BEidovsk%C3%A9-muzeum-v-praze-jewish-museum-in-prague?hl=cs&projectId=art-project>

Art Project. 2011. *Museum Kampa* [online]. [cit. 2015-04-12]. Dostupné z: <https://www.google.com/culturalinstitute/collection/museum-kampa?projectId=art-project>

Art Project. *The National Gallery in Prague* [online]. [cit. 2015-05-12]. Dostupné z: <https://www.google.com/culturalinstitute/collection/the-national-gallery-in-prague?projectId=art-project&hl=cs>

Art Project. *Technology behind the Art Project* [online]. [cit. 2015-04-02]. Dostupné z: <https://sites.google.com/a/pressatgoogle.com/art-project/technology-behind-the-art-project>

Google. *Google Cultural Institute: Contact us!* [online]. [cit. 2015-05-12]. Dostupné z: <https://docs.google.com/forms/d/1zxv1tvYalJECaIcIC1LbEg3FYIZLXFQhZM4dH-Uzik/viewform?fbzx=-4487323319662880663>

Google Mapy. *Street View* [online]. [cit. 2015-04-12]. Dostupné z: <https://www.google.cz/intl/cs/maps/about/behind-the-scenes/streetview/>

Chagall v obýváku. 2015. *Časopis Respekt* [online]. [cit. 2015-05-10]. Dostupné z: [http://respekt.ihned.cz/?p=R00000\\_d&article%5Bid%5D=63983620](http://respekt.ihned.cz/?p=R00000_d&article%5Bid%5D=63983620)

Knihovna Václava Havla. 2015. *Art Project* [online]. [cit. 2015-04-05]. Dostupné z: <https://www.google.com/culturalinstitute/collection/knihovna-vaclava-havla-vaclav-havel-library?hl=cs>

Kancelář Václava Havla. 2015. *Art Project* [online]. [cit. 2015-04-05]. Dostupné z: <https://www.google.com/culturalinstitute/collection/nadace-dagmar-a-v%C3%A1clava-havlov%C3%BDch-vize-97?hl=cs>

Moravská galerie v Brně. 2015. *Art Project* [online]. [cit. 2015-05-11]. Dostupné z: <https://www.google.com/culturalinstitute/collection/moravsk%C3%A1-galerie-v-brn%C4%9B-moravian-gallery-in-brno?projectId=art-project&hl=cs>

Museum Kampa. *Nadace Jana a Medy Mládkových* [online]. 2009. [cit. 2015-05-12]. Dostupné z: <http://www.museumkampa.cz/cs/Museum-4.htm>

Muzeum Policie České republiky. 2015. *Art Project* [online]. [cit. 2015-04-05]. Dostupné z: <https://www.google.com/culturalinstitute/collection/muzeum-policie?hl=cs>

Museum T. G. M. in Rakovník. 2015. *Art Project* [online]. [cit. 2015-04-05]. Dostupné z: <https://www.google.com/culturalinstitute/collection/museum-t-g-masaryk-lany?hl=cs>

Muzeum umění Olomouc. 2015. *Art Project* [online]. [cit. 2015-05-11]. Dostupné z: <https://www.google.com/culturalinstitute/collection/muzeum-um%C4%9Bn%C3%AD-olomouc-olomouc-museum-of-art?hl=cs&projectId=art-project>

More Art Project online for you to explore. 2012. *Google: Official Blog* [online]. [cit. 2015-05-15]. Dostupné z: <http://googleblog.blogspot.cz/2012/10/more-art-project-online-for-you-to.html>

Oblastní galerie Liberec. 2015. *Art Project* [online]. [cit. 2015-05-11]. Dostupné z: <https://www.google.com/culturalinstitute/browse/?q.8129907598665562501=240254171&q.openId=8129907598665562501&projectId=art-project&hl=cs>

Společnost: Pobočky. 2014. *Google* [online]. [cit. 2015-05-11]. Dostupné z: <https://www.google.cz/intl/cs/about/company/facts/locations/>

Světové umění na síti: Google shromažďuje kulturní dědictví. 2015. *Česká televize* [online]. [cit. 2015-05-04]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/kultura/309992-svetove-umeni-na-siti-google-shromazduje-kulturni-dedictvi/>

Židovské muzeum. 2015. *Historie* [online]. [cit. 2015-04-12]. Dostupné z: <http://www.jewishmuseum.cz/informace/o-nas/historie/>

## **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 fotografie, 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 zámoří 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. Lidi 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.

Ted' máme návštěvnost v rámci desetit 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 cokoli, 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, cokoli, 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 nesečkala, pomínou-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 vytypovali 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 jisté 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 budete budovat 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 shromážděvaného 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?**

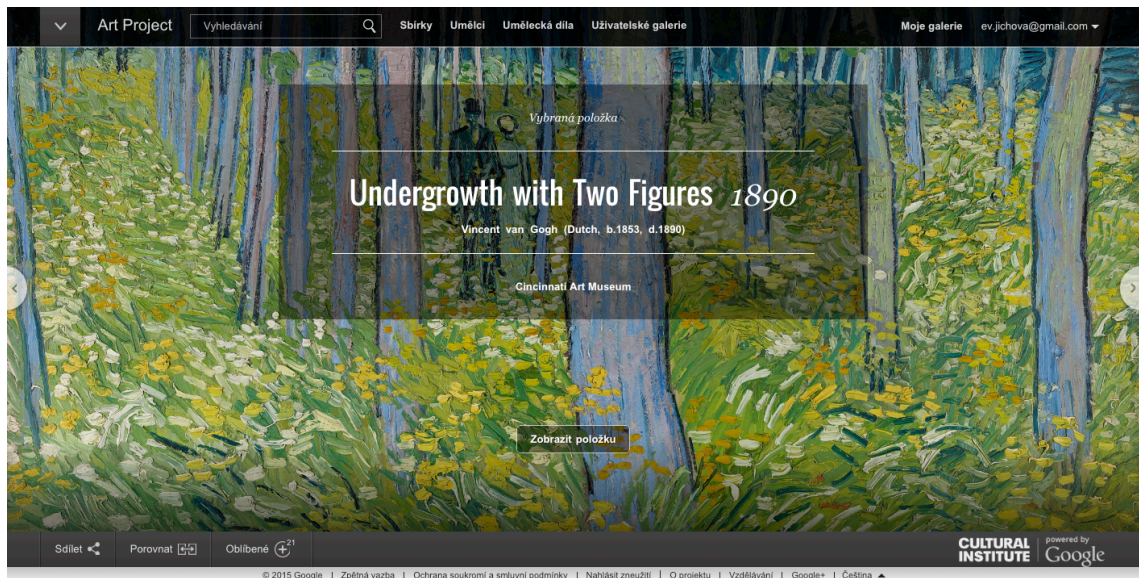
Podle mého názoru již všem svítá a chápou, že se ony dva světy – tedy svět technologického designu a svět paměťových a kulturních institucí – vzájemně potřebují a že si mohou být vzájemně velice prospěšné. Google teď ve spolupráci s partnery projektu GCI rozvíjí oblast digitálního kurátorství a sféry, jíž 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.

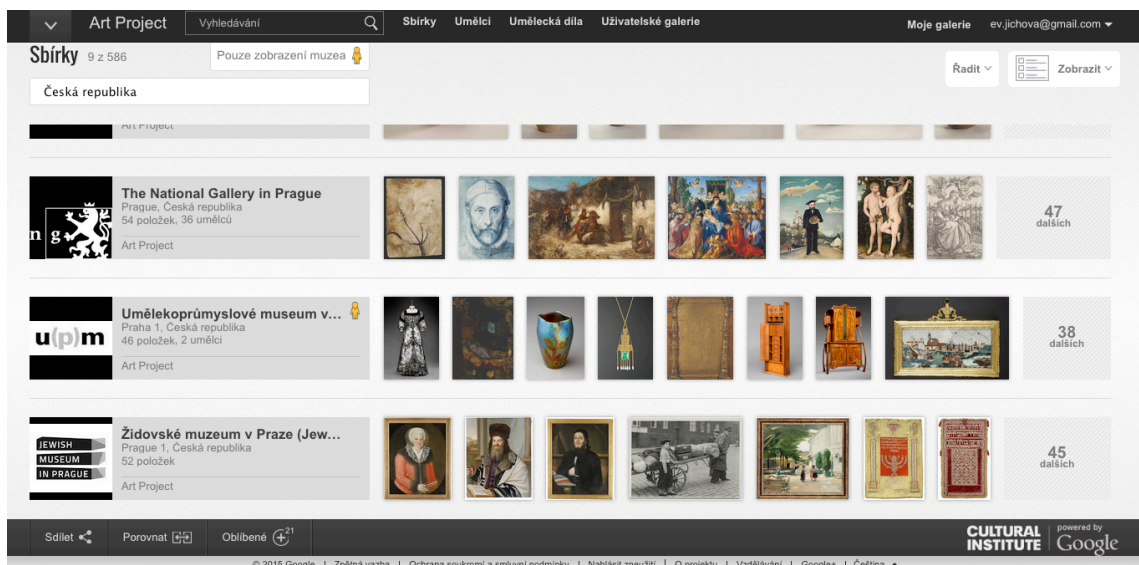
Obecně mám z GCI dojem, že na straně Googlu jde zejména o podněcování a stimulaci zájmu o využívání kontinuálně se rozvíjející digitální platformy. Tím samozřejmě Google získává přístup k množství dat, která, jak praví jeho korporátní slogan, organizuje v globálním měřítku. Partneři pak získávají možnost 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)

Art Project Vyhledávání Sbirky Umělci Umělecká díla Uživatelské galerie Moje galerie ev.jichova@gmail.com

### Židovské muzeum v Praze (Jewish Museum in Prague)

Upřesnit

V kanálech Art Project

POLOŽKY 52 položek

Founded in 1906, the Jewish Museum in Prague is consistently the most visited museum in the Czech Republic. Its sites are located in the preserved area of the former Jewish Town in the historic centre of Prague, which is on UNESCO's World Heritage List. Touring the museum's historic synagogues, the Ceremonial

Navštívit stránky Židovské muzeum v Praze (Jewish Museum in Prague)

Portrait of Rella Moscheles, née Gitschin (1745... (Early 1780s)  
autor: Unknown  
Židovské muzeum v Praze (Jewish Museum in Prague)

Portrait of Rabbi Solomon Judah Leib Rapoport (...)  
autor: Antonín Machek  
Židovské muzeum v Praze (Jewish Museum in Prague)

Sdílet Porovnat Oblíbené

CULTURAL INSTITUTE powered by Google

© 2015 Google | Zpětná vazba | Ochrana soukromí a smluvní podmínky | Nahlásit zneužití | O projektu | Vzdělávání | Google+ | Čeština

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

Art Project Vyhledávání Sbirky Umělci Umělecká díla Uživatelské galerie Moje galerie ev.jichova@gmail.com

### The Cathedral 1912 - 1913

František Kupka | Museum Kampa

POPOPIS

DALŠÍ PODR...

MAPA

**Popis**

After solving problems revolving around vertical planes, the development of Kupka's painting consistently turned towards space. Verticals gave him stability, but he also needed to express tension, which was accomplished with diagonals.

With this came a whole series of pictures called 'Vertical and Diagonal Planes'. Kupka gave the most beautiful and the most perfect of these the title 'Cathedral'. Here he combined his interests in architecture and music, which he had been interested in since his early youth. It was in France where he became inspired with the architecture of Gothic cathedrals,

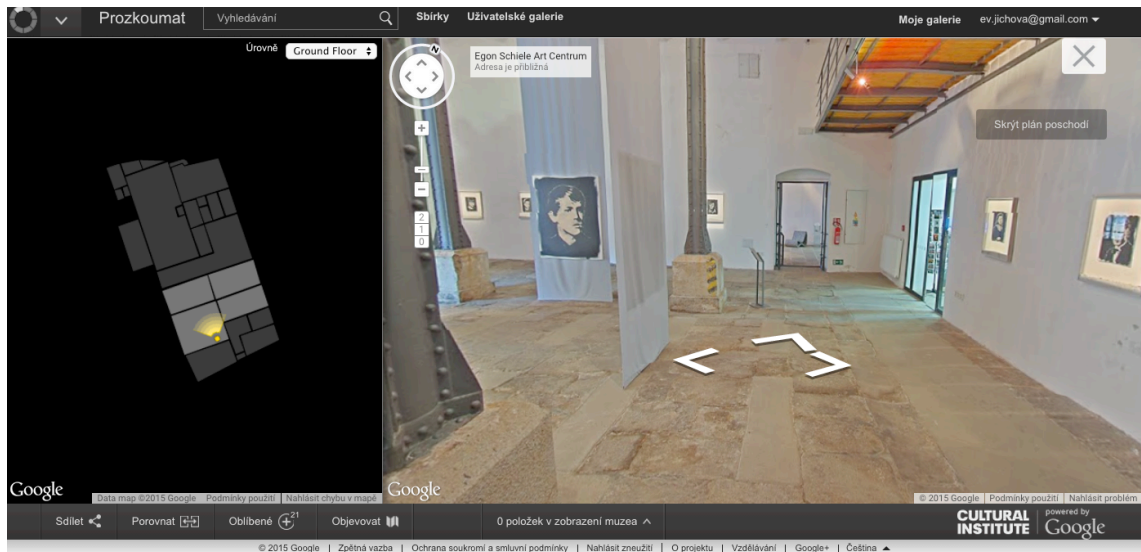
Museum Kampa

Sdílet Porovnat Oblíbené Objevat

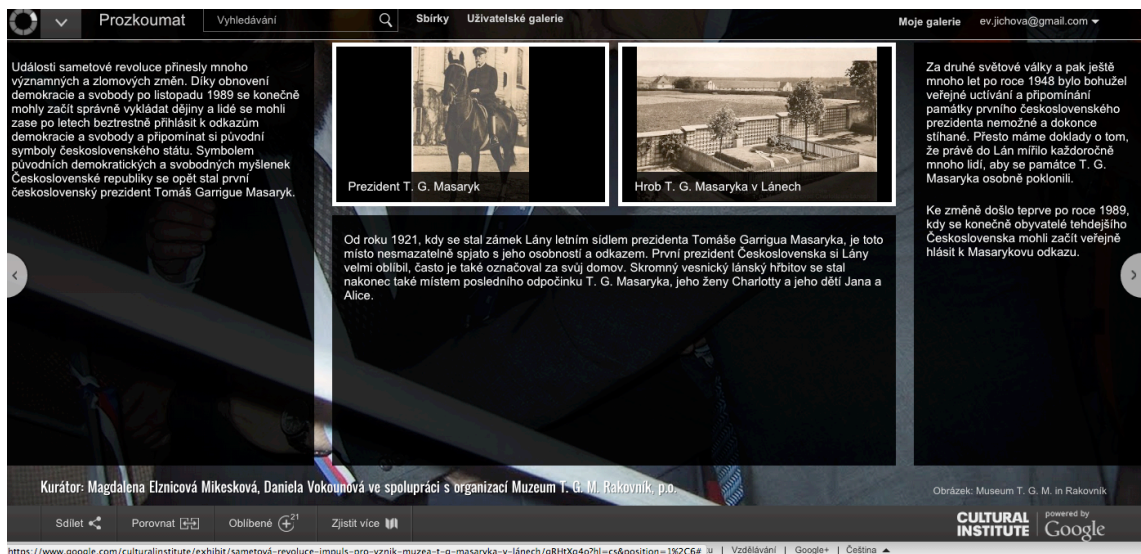
CULTURAL INSTITUTE powered by Google

© 2015 Google | Zpětná vazba | Ochrana soukromí a smluvní podmínky | Nahlásit zneužití | O projektu | Vzdělávání | Google+ | Čeština

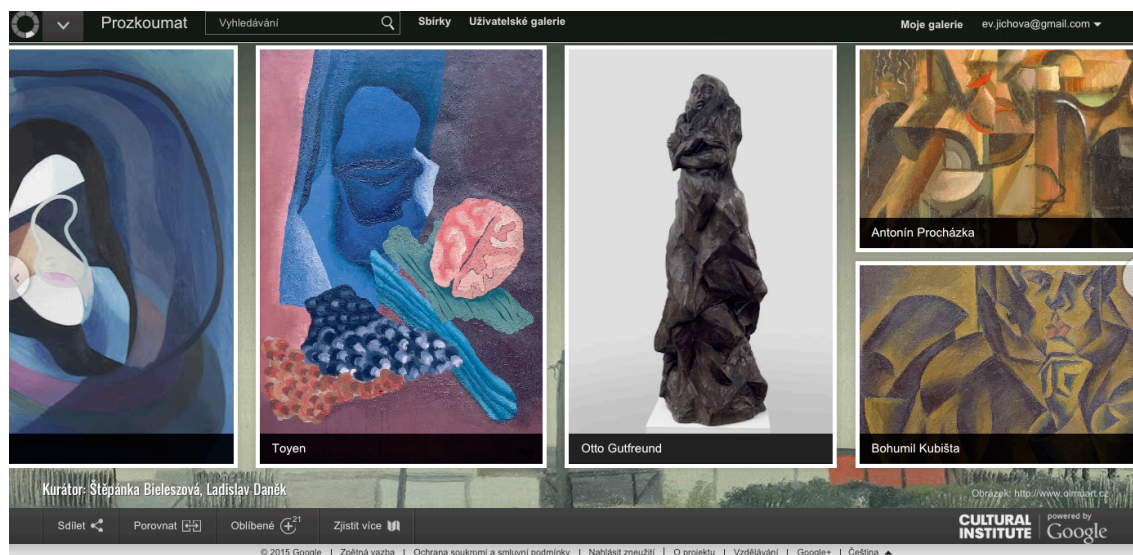
## Příloha č. 11: Zobrazení Egon Schiele Art Centra pomocí Street View (obrázek)



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



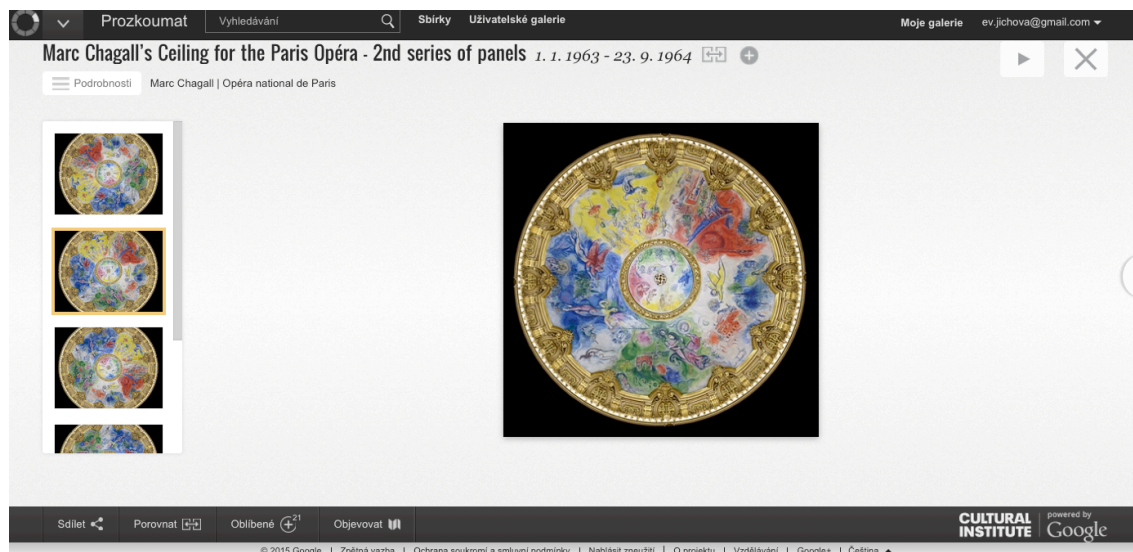
**Příloha č. 13: On-line výstava *Století relativity* Muzea umění Olomouc (obrázek)**



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



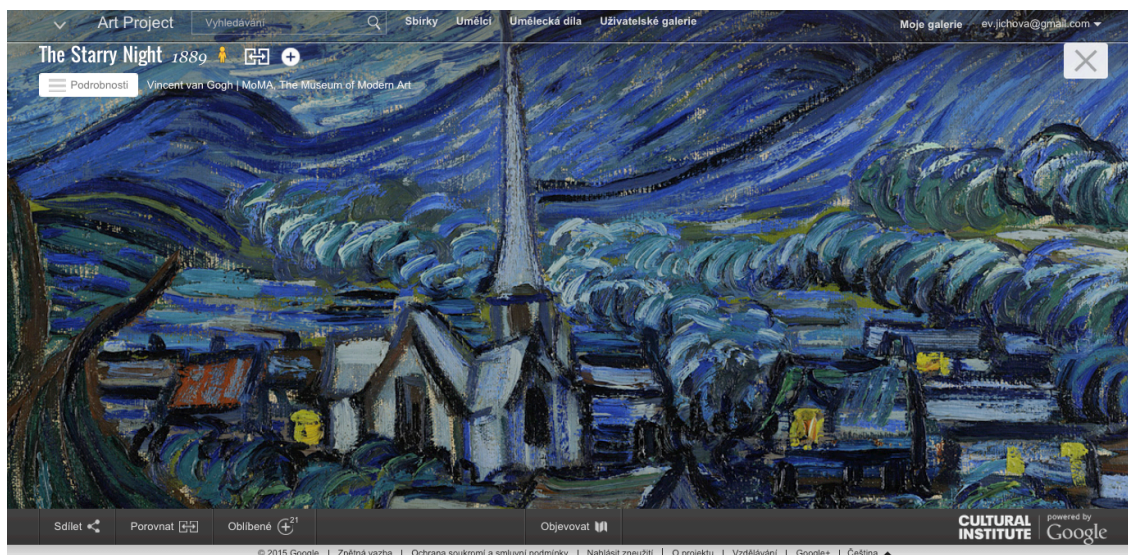
## Příloha č. 15: Strop pařížské Opéry Garnier (obrázek)



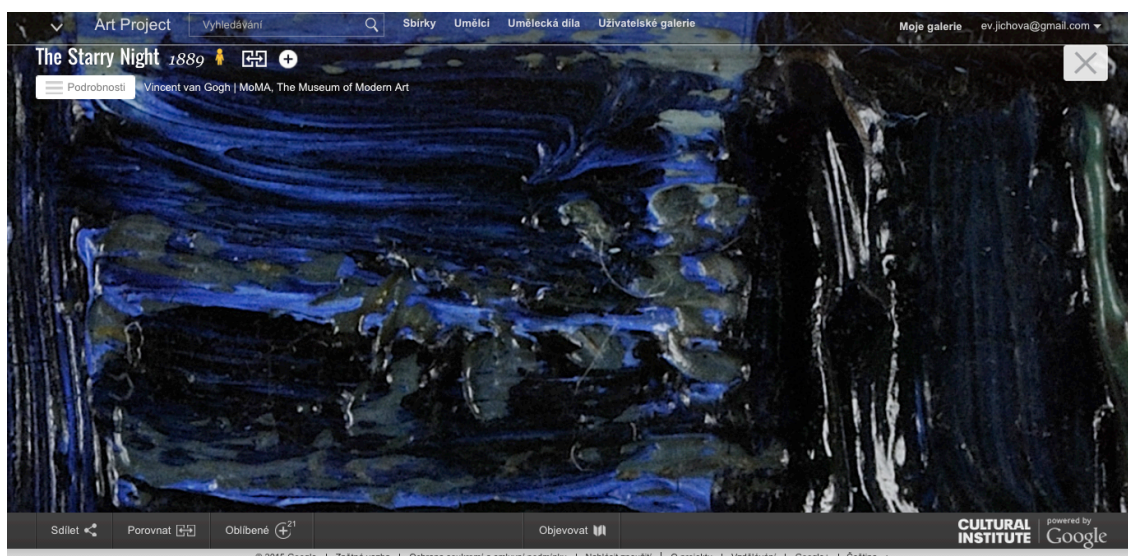
## Příloha č. 16: Strop pařížské Opéry Garnier přiblížený funkcí Gigapixel (obrázek)



**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)

