

AKADEMIE MÚZICKÝCH UMĚNÍ V PRAZE

DIVADELNÍ FAKULTA

Dramatická umění

Teorie a kritika

DIPLOMOVÁ PRÁCE

FLASH MOB V ČESKÉM KONTEXTU

BcA. Tereza Kosáková

Vedoucí práce: doc. Mgr. Martina Musilová, Ph. D.
Oponent práce: MgA. Vít Neznal, Ph. D.
Datum obhajoby: 6. 9. 2018
Přidělovaný akademický titul: MgA.

Praha, 2018

ACADEMY OF PERFORMING ARTS IN PRAGUE

THEATRE FACULTY

Dramatic Arts

Theory and Criticism

DIPLOMA THESIS

FLASH MOB IN THE CZECH CONTEXT

BcA. Tereza Kosáková

Supervisor: doc. Mgr. Martina Musilová, Ph. D.

Reader: MgA. Vít Neznal, Ph. D.

Date of Presentation: 6. 9. 2018

Academic Degree to be Obtained: MgA.

Prague, 2018

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma

FLASH MOB V ČESKÉM KONTEXTU

vypracoval(a) samostatně, pod odborným vedením vedoucího práce a s použitím uvedené literatury a pramenů.

Praha, dne 3. 8. 2018

podpis diplomanta

Upozornění

Využití a společenské uplatnění výsledků diplomové práce, nebo jakékoliv nakládání s nimi, je možné pouze na základě licenční smlouvy tj. souhlasu autora a AMU v Praze.

Poděkování

Velice ráda bych poděkovala především doc. Mgr. Martině Musilové, Ph. D. za trpělivé a inspirativní vedení práce po celé dva roky magisterského studia, Mgr. Ester Žantovské za cenné připomínky při překladu eseje Billa Wasika a svým blízkým za podporu.

ABSTRAKT

Diplomová práce Terezy Kosákové nazvaná *Flash mob v českém kontextu* se zabývá výzkumem flash mobu, jenž vznikl počátkem 21. století jako kulturně-sociologický projekt amerického novináře Billa Wasika. Pro lepší porozumění tohoto fenoménu nejprve autorka diplomové práce pomocí mezioborové syntézy shrnuje společenské tendence daného období, které jsou následně východiskem pro zevrubnější kritické uvažování a hledání specifických nuancí, především úsilí o zachování anonymity a přivlastnění městského prostoru, jež odlišují flash mob od podobných typů veřejných událostí. Tyto aspekty poté diplomantka aplikuje při terénním výzkumu tuzemského flash mobu, který zároveň zkoumá z pohledu české tradice recesistických hnutí. Součástí práce je rekonstrukce a analýza flash mobu oslavující mezinárodní den kubánského tance rueda de casino a autorský překlad vybraných pasáží Wasikova eseje *Můj dav neboli pátá fáze: Zpráva vynálezce flash mobu a Teorie performance* Richarda Schechnera.

KLÍČOVÁ SLOVA: flash mob, Bill Wasik, 21. století, performance, individualizace, anonymita, veřejný prostor, recese, Improv Everywhere

ABSTRACT

Tereza Kosáková's diploma thesis entitled *Flash Mob in the Czech Context* studies the phenomenon of flash mobs, which was created at the beginning of the 21st century as part of a cultural and sociological project by American journalist Bill Wasik. For a complex understanding of the phenomenon, the author of this diploma thesis uses interdisciplinary synthesis and summarizes the social tendencies of the postmodern era. This provides the basis for more detailed theoretical thinking and the search for specific nuances that distinguish flash mobs from similar types of public events. The most notable differences are efforts to preserve anonymity and to overtake the public space. These aspects are applied by the author to domestic flash mob which is also observed through the prism of the Czech 'prank' movement. Part of the diploma thesis is the reconstruction and analysis of the flash mob celebrating the international day of Cuban dance Rueda de Casino and the author's translation of selected excerpts from Wasik's essay *My Crowd Or, Phase 5: A report from the inventor of the flash mob* and *Performance Theory* by Richard Schechner.

KEYWORDS: flash mob, Bill Wasik, 21st century, performance, individualization, anonymity, public space, pranks, Improv Everywhere

OBSAH

1. ÚVOD.....	10
1.1. Terminologické vymezení.....	13
2. SITUACE V SOUČASNÉ SPOLEČNOSTI A KULTUŘE.....	15
2.1. Krátce k problematice.....	15
2.2. Individualistická společnost.....	16
2.3. Společnost sítí.....	19
2.4. Bavící se společnost.....	21
2.5. Performující společnost.....	22
3. FLASH MOB.....	26
3.1. Flash mob a moderní technologie.....	30
3.2. Flash mob a anonymita.....	33
3.3. Flash mob a přivlastnění prostoru.....	38
4. FLASH MOB V ČESKÉM KONTEXTU.....	41
4.1. Recesistická hnutí.....	42
4.2. Česká weblogová subkultura.....	45
4.3. Davové flash moby.....	47
5. INTERNATIONAL RUEDA FLASHMOB 2018 PRAGUE.....	50
5.1. Popis události 7. dubna 2018.....	51
5.2. Scénický prostor.....	53
5.3. Aktérství a diváctví.....	56
6. ZÁVĚR.....	60
7. SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	63
8. PŘÍLOHY.....	69

PŘÍLOHY

- A. Můj dav neboli pátá fáze: Zpráva vynálezce flash mobu
- B. Obrazová příloha

1. ÚVOD

Ve své bakalářské práci *Od zábavy k tragédii: proměny dramatického proverbu Alfreda de Musset* jsem se věnovala konstituci dramatického žánru proverbu v salónní kultuře a jeho proměnám v díle francouzského autora Alfreda de Musset. Protože se tato práce zabývala dramatem primárně jako literárním dílem, byla jsem ve školitelském posudku od doc. Daniely Jobertové pobídnuta příští práci koncipovat tak, aby z ní bylo patrné i mé vnímání divadla a divadelnosti.

Tento impuls mne motivoval zaměřit se při hledání tématu magisterské práce na současné divadelní trendy, které je možné zkoumat i v českém prostředí a dovoluji mi tak pracovat s vlastní diváckou zkušeností. Kromě specializace na francouzskou romantickou epochu jsem během bakalářského stupně studia vždy inklinovala k zájmu o taneční a pohybové divadlo. Toto zaměření, kterému jsem se příležitostně věnovala i v rámci navazujícího magisterského studia, mne poté podnítilo zabývat se v diplomovém projektu výzkumem flash mobu.

Podle slovníku *Merriam-Webster* je flash mob „setkání lidí (pomocí emailu či textové zprávy) na předem určeném místě v konkrétní dobu, kde předvedou smlouvenou akci a poté se rozejdou.“^{1 2} Cambridgeský slovník navíc v definici dodává, že skupina předvede něco „vtipného a bláznivého“.³ V českém prostředí je definice flash mobu součástí studie *Happening: Mezi záměrem a hrou* z roku 2015: „Flash mob je akce ve veřejném prostoru, ke které se nenápadně sejde mnoho lidí a v jeden moment udělají stejný pohyb, např. tlesknou, sednou si, zastaví se nebo se přidají k připravené choreografii tance, písni atp.“⁴

Z uvedených definic je patrné, že při flash mobu je využíváno velice široké spektrum nejrůznějších aktivit. V České republice i ve světě však v posledních

-
- 1 Flash Mob. *Merriam-Webster Dictionary* [online]. Merriam-Webster Dictionary, 2017 [cit. 2017-09-20]. Dostupné z: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/flash%20mob>
 - 2 ORIGINÁL: *A group of people summoned (as by e-mail or text message) to a designated location at a specified time to perform an indicated action before dispersing.*
 - 3 Flash Mob. *Cambridge Dictionary* [online]. Cambridge University Press, 2017 [cit. 2017-09-20]. Dostupné z: <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/flashmob>
 - 4 RYBNÍČKOVÁ, Alena, Radek CHLUP, Martin PEHAL a Evelyne KOUBKOVÁ. *Happening: mezi záměrem a hrou*. Praha: Akademie múzických umění v Praze, 2015. ISBN 978-80-7331-377-7, s. 23.

letech získaly flash moby především podobu tanečních choreografií. Právě s takovým pojetím flash mobu je možné se nejčastěji setkat při zadání tohoto hesla do vyhledávače na sociální síti *Youtube*.

Studie Aleny Rybníčkové a kolektivu se primárně zabývá happeningem a informaci o flash mobu uvádí pouze na okraj, jako příklad přebírání happeningu komerční sférou. Právě tak vnímají flash mob i další odborné texty⁵, které jej zmiňují jako jeden z nástrojů marketingové propagace. Tyto práce mohou při zájmu o flash mob posloužit jako počáteční úvod do problematiky a seznámení s konkrétními příklady, zpravidla ale flash mob detailněji nezkoumají. Výjimku v českém prostředí tvoří anglickojazyčný bakalářský projekt Terezy Ryjáčkové *Flash Mobs: Phenomenon of Modern English Popular Culture*⁶ z roku 2014. Ryjáčková ve své práci analyzuje formální podobu flash mobu, hodnotí pozitivní a negativní sociologické dopady tohoto trendu a blíže se věnuje jeho využití nejen v komerční, ale především politické oblasti.

Jak je již patrné z názvu, Ryjáčková se zaměřila pouze na anglickojazyčnou oblast. Odborná práce věnující se flash mobu v českém kontextu a současně analýza tohoto trendu z teatrologického hlediska tedy dosud chybí. Při důkladnější rešerši je ovšem možné nalézt článek Adama Javůrka, bývalého redaktora týdeníku *Respekt*, který ve svém příspěvku *Bleskový konec náhlých davů*⁷ přichází se zajímavým tvrzením.

Zatímco jiní čeští publicisté, například ekonom a novinář Marek Fak,⁸ v článcích o flash mobech připisují autorství fenoménu americkému novináři Billu Wasikovi, který byl iniciátorem prvních mobů na Manhattanu v roce 2003, Javůrek upozorňuje nejen na ideový vzor v hnutí francouzských situacionistů, ale také svůj článek zakončuje překvapivým závěrem: „Česko totiž předběhlo [...] newyorský flash mob o tři čtvrtě roku.“⁹ Především druhá informace ovšem dosud zůstala bez větší vědecké odezvy. Cílem této diplomové práce je tedy pokusit se

5 Například KUČEROVÁ, Anna. *Nové formy marketingu a jejich uplatnění v kulturních organizacích*. Praha, 2014. Diplomová práce. Akademie múzických umění v Praze.; VACKOVÁ, Julie. *Možnosti reklamy v prostoru sociálních sítí*. Zlín, 2011. Diplomová práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně.; RYŠAVÁ, Adéla. *Analýza využití nízkonákladových komunikačních kanálů*. Brno, 2014. Diplomová práce. Masarykova univerzita.

6 RYJÁČKOVÁ, Tereza. *The Flash Mobs: Phenomenon of Modern English Popular Culture*. Plzeň, 2014. Diplomová práce. Západočeská univerzita v Plzni.

7 JAVŮREK, Adam. Bleskový konec náhlých davů. *Respekt*. *Economia*, 2003, **2003**(38). ISSN 0862-6545.

8 FAK, Marek. Masa a žert. *Respekt*. *Economia*, 2003, **2003**(35). ISSN 0862-6545.

9 JAVŮREK, cit. 7.

výrok Adama Javůrka potvrdit či vyvrátit tím, že flash mob vsadím do širších souvislostí tuzemského teatrologického i kulturně-společenského vývoje a fenomén redefinuji. Flash mob by tak mohlo být v budoucnu snadnější odlišit od podobných uměleckých konceptů, například happeningů, aktivistického nebo pouličního umění. Mezi klíčové zdroje pro splnění tohoto záměru patří především esej Billa Wasika *Můj dav neboli pátá fáze: Zpráva vynálezce flash mobu*¹⁰, jehož vybrané pasáže jsou součástí přílohy této diplomové práce.

Úvodní kapitola diplomové práce nejprve seznamuje čtenáře s tendencemi společnosti na přelomu 20. a 21. století, které podobu a vznik flash mobu ovlivnily. Jedná se především o proces postupné individualizace, síťové konektivity, pronikání humoru do každodenního života a zkoumání lidského jednání jako performance. Přestože na flash mob aplikuji americké divadelní uvažování, nelze v tomto kontextu nezmínit podobnost s výzkumem každodenního scénování Jaroslava Vostrého či zkoumání scénické události Andrese Kotteho.

V následující části popisuji specifické aspekty flash mobu Billa Wasika a srovnávám je s projekty americké umělecké skupiny Improv Everywhere, jejíž tvorba je často mylně označována za flash moby. Tyto poznatky pak slouží jako východisko pro uvažování o události *International Rueda Flashmob 2018 Prague*, na které demonstruji výrazný koncepční posun, a především analyzuji vztah mezi aktérstvím a diváctvím. Přestože se v práci věnuji rekonstrukci pouze jediné události, během magisterského studia jsem navštívila několik obdobných akcí. Vzhledem k podobné struktuře jsem se rozhodla zvolit právě oslavu tance rueda de casino, která byla produkčně dobře zvládnuta a umožnila nasbírat dostatečně bohatý fotomateriál, jenž je zařazen v závěru této práce.

Je zajímavé, že v České republice postupně dochází ke znovuobjevování tohoto trendu a volba tématu se stala během let 2017 a 2018 ještě aktuálnější, než byla v době mého přijímacího řízení do magisterského studia. O to více věřím, že tato diplomová práce přispěje k obohacení dosavadních znalostí a podníká další výzkum.

10 WASIK, Bill. My Crowd: Or, Phase 5: A report from the inventor of the flash mob. In: *Harper's Magazine* [online]. New York, 2006 [cit. 2016-11-28]. Dostupné z: <http://harpers.org/archive/2006/03/my-crowd/>

1.1. Terminologické vymezení

Dříve, než popíši a definuji specifika flash mobu, ráda bych upozornila na samotné pojmenování tohoto fenoménu. Bill Wasik svou první akci označil jako tzv. *inexplicable mob*, nevysvětlitelný dav.¹¹ Velice záhy se však pro tento typ událostí vžil termín *flash mob*, bleskový dav, který vymyslel Wasikův spolupracovník a autor blogu *Cheesebikini.com* Sean Savage.¹² Savage se inspiroval povídkou *Flash Crowd* amerického sci-fi autora Larryho Nivena z roku 1973, jenž se zabývá negativním aspektem levné teleportační technologie: zneužíváním teleportačních možností lidmi, kteří tímto způsobem vyhledávají vzrušení nebo se dopouštějí trestných činů.¹³

Přestože je v anglickojazyčném prostředí možné setkat se s podobou označení *flashmob*, zpravidla převažuje verze v rozděleném sousloví, tj. *flash mob*. Právě v této verzi byl v roce 2004 termín flash mob zařazen do *Oxfordského slovníku angličtiny*.¹⁴

Původní anglická podoba i výslovnost [flæʃ.mob]¹⁵ pojmu byla přejata i v českém prostředí. Poprvé toto označení nejspíše použil Daniel Dočekal alias Pooh na svém stejnojmenném blogu *Pooh.cz*, kde vyhlásil akci *Flash mob 7. 9. 2003 – 13:00 – CarreFour pražský Smíchov*.¹⁶ Během první vlny tohoto trendu je možné pozorovat i snahy o počeštění, Adam Javůrek například termín překládá jako *náhlý dav*, ale tato varianta se neujala. Dnes je možné se v českém kontextu setkat s termínem flash mob i flashmob,¹⁷ neboť v důsledku řečového jednání působí anglické sousloví zdánlivě jako jeden slovní celek. Ve svém magisterském projektu však naváží na původní oddělení tak, jak byl termín zařazen do oxfordského slovníku a používá jej Bill Wasik, Adam Javůrek nebo Tereza Ryjáčková.

11 WASIK, cit. 10, s. 57.

12 WASIK, cit. 10, s. 57.

13 Flash Crowd. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2016-11-29]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Flash_Crowd

14 Henry inspires English dictionary. In: *BBC News* [online]. Londýn, 2004 [cit. 2016-12-02]. Dostupné z: http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/england/3876017.stm

15 v české variantě [fleš mob]

16 FLASH MOB 7. 9. 2003 - 13:00 - CarreFour pražský Smíchov. *Pooh.cz* [online]. Praha, 2003 [cit. 2017-09-20]. Dostupné z: www.pooh.cz

17 Označena je tak například akce v rámci *Mezinárodního televizního festivalu Zlatá Praha* nebo *Mezinárodního dne tance*. Oba flash moby se každoročně konají na Piazzettě Václava Havla u Národního divadla v Praze.

Abych se vyhnula opakovanému používání označení *flash mob*, užívám coby synonyma i termíny, které se v českém prostředí neuchytily nebo byly pro lepší porozumění textu přeloženy do češtiny. Čtenář se tak může v diplomové práci setkat s pojmenováním *mob*, *bleskový dav*, *blesková událost* či *performance*. Performance je v rámci této práce chápána prizmatem definice Ervinga Goffmana, jenž je uvedena v podkapitole 2.4. *Performující společnost*, nikoliv pouze jako produkt performativního umění. Z obdobného důvodu také nepoužívám termín *happening*, který je pojmem s afinitou k termínu performance v kontextu performance art.

Z důvodu práce s cizojazyčnými zdroji jsem se rozhodla text uvádět v českém překladu a originál zařadit pro srovnání do poznámky pod čarou. Není-li uveden zdroj či autor překladu, jedná se o vlastní překlad pro účely diplomové práce.

2. SITUACE V SOUČASNÉ SPOLEČNOSTI A KULTUŘE

2.1. Krátce k problematice

Pro porozumění flash mobu je nejprve nutné definovat dobu a především společnost, ve které tento fenomén vznikl a na kterou také bezprostředně reagoval. Nápad na bleskovou akci totiž podle autora flash mobu Billa Wasika vznikl z nudy a rozmaru podniknout vědecko-sociální experiment inspirovaný výzkumem amerického psychologa Stanleyho Milgrama.¹⁸ Následující podkapitoly tedy mapují okolnosti, které Wasika i samotnou podobu flash mobů ovlivnily.

První podkapitola je proto věnována velice zásadnímu společenskému fenoménu individualizace a personalizace současné euroamerické společnosti, na který Wasik ve svém eseji *Můj dav neboli pátá fáze: Zpráva vynálezce flash mobu* upozorňuje. Pro charakteristiku tohoto chování jsem se rozhodla vycházet především z díla francouzského filozofa a sociologa Gilese Lipovetského, který se ve svých rozborech nejrůznějších sfér současného společenského života zabývá podobnými fenomény jako Wasik. Lipovetského teze jsou poté doplněny o pasáže textů od německého sociologa Gerharda Schulze a francouzského sociologa Émila Durkheima.

Další podkapitoly poté shrnují zálibu dnešní společnosti v hédonismu, hře a zábavě, která s flash mobem bezprostředně souvisí. Pro dané období je také velice zásadní rozmach internetu. Přestože se v dalších kapitolách ukáže, že rozvoj moderních technologií nebyl pro flash mob natolik určující, jak je mnohokrát mylně uváděno, byl příčinou jeho popularizace a virálního rozšíření do všech metropolí světa.

Cílem této diplomové práce je flash mob zkoumat hlavně z divadelního hlediska, závěrečná podkapitola tedy shrnuje divadelní tendence druhé poloviny 20. století a především teoretická východiska režiséra, kritika a teoretika Richarda Schechnera, na které Wasik bezprostředně navázal. Přestože ve své studii Wasik přímo nepřiznává inspiraci divadelními projekty, právě v pasáži věnované přínosu Stanleyho Milgrama oceňuje Wasik především performativní aspekt jeho projektů.

¹⁸ WASIK, cit. 10, s. 60.

2.2. Individualistická společnost

Dle Lipovetského je přelom 20. a 21. století érou masového konzumu, kdy dochází k novému globálnímu procesu socializace a individualizace.¹⁹ Na rozdíl od předchozí moderny, panující zhruba do padesátých let dvacátého století, která se vyznačovala především disciplínou, vírou v budoucnost a technický pokrok, dochází nyní u postmoderní společnosti²⁰ především k tendenci rozrůznění a požitkářství: *„Žít svobodně bez veškerého omezování, sám si zvolit vlastní způsob života: toto je ta nejvýznamnější společenská a kulturní událost naší doby [...].“*²¹

Postmoderní doba zavedla ideál individuálních zájmů namísto racionálních pravidel kolektivu. Stěžejním je pro soudobou společnost především proces personalizace, jehož základní hodnotou je osobní realizace, respektování subjektivní zvláštnosti a jedinečné osobnosti.²² Lidské jednání je více než kdy dříve definováno touhou po originální identitě, odlišnosti a okamžitým osobním naplnění, které se řídí oblíbeným heslem *carpe diem*: *„Všichni teď chtějí žít ihned, tady a teď.“*²³ Archetypem této postmoderní éry se podle Lipovetského stal narcis, člověk okouzlený sám sebou a soustředěný pouze na své osobní záležitosti.²⁴ *„Právě to je narcismus: vyjadřování čehokoli, přednost komunikace jakožto činnosti před povahou sdělení, lhostejnost k obsahu, hravé pohlcování smyslu, komunikace bez účelu a bez publika, jejímž hlavním příjemcem je sám mluvčí.“*²⁵

Sebezahledění a egoismus však nutně neznamena naprostou izolaci od společnosti. Dochází naopak ke sdružování a stýkání s lidmi, kteří sdílejí podobné zájmy: *„Je to jakýsi kolektivní narcismus: lidé se sdružují, protože se navzájem*

19 LIPOVETSKÝ, Gilles. *Éra prázdnoty: úvahy o současném individualismu*. V českém jazyce vyd. 4. Přeložila Helena BEGUIVINOVÁ. Praha: Prostor, 2008. Střed (Prostor). ISBN 978-80-7260-190-5, s. 7.

20 *„Výraz ‚postmoderní společnost‘ vyjadřuje historický zvrát cílů a způsobů socializace, odehrávající se nyní ve jménu otevřených a pluralitních pravidel. Vyjadřuje skutečnost, že hédonický a personalizovaný individualismus je nyní oprávněný a již nenaráží na odpor. Vyjadřuje to, že skončila éra revolucí, skandálů i futuristických nadějí, neodmyslitelných od modernismu. Postmoderní společnost je společnost, kde panuje masová lhostejnost, kde převládá pocit neustálého omílání a přešlapování na místě, kde osobní nezávislost je samozřejmostí, kde je nové přijímáno jako staré, kde inovace jsou něčím zcela všedním a kde se už budoucnost nespojuje s nevyhnutelným pokrokem.“* in LIPOVETSKÝ, cit. 19, s. 13.

21 LIPOVETSKÝ, cit. 19, s. 11.

22 LIPOVETSKÝ, cit. 19, s. 11.

23 LIPOVETSKÝ, cit. 19, s. 13.

24 LIPOVETSKÝ, cit. 19, s. 85.

25 LIPOVETSKÝ, cit. 19, s. 22.

podobají, protože jim jde o stejné existenční cíle.“²⁶ Současnou subkulturou jsou například hipsteři, kterým byl Wasikův flash mob původně určen.

Hipsterství je sociokulturní proud, který původně vznikl jako opoziční reakce na nástup kapitalismu, konzumerismu a populární bělošské kultury střední třídy po druhé světové válce ve Spojených státech amerických.²⁷ V současnosti jsou hipsteři podle onlinového výkladového slovníku *Urban Dictionary* především mladí lidé ve věkovém rozpětí 20 – 30 let, kteří si zakládají na své nezávislosti, odmítají ideologii hlavního proudu a naopak vyhledávají alternativní a progresivní umění a styl života.²⁸ Původní idea hipsterství odráží snahu po odlišení a výrazném individualismu. Postupem času se však z tohoto životního přístupu stal mezi mladou generací masový trend. Vzniklý paradox, kdy se příslušníci hipsterské subkultury nijak neliší a mají totožné zvyky, názory nebo hudební vkus, se záhy stal cílem nejrůznějších narážek a vtipů.

Právě na tuto davovou snahu být „hip“ navázal i Wasik, který chtěl vytvořit takovou událost, které by se chtěl zúčastnit každý příslušník hipsterské komunity. Akce záměrně postrádala smysl a potlačovala vědomí individuality vytvořením početného, homogenního celku. Jediným cílem bylo využít této nutkové potřeby být součástí něčeho nezvyklého a nového, co dokáže na několik málo minut ovlivnit podobu veřejného prostoru. Jak již bylo zmíněno dříve, inspirací mu byl Milgramův pokus, ve kterém tento sociolog pracoval se synchronizovaným davem na rušné manhattanské ulici. Čím větší dav byl, tím více na sebe strhával pozornost v momentě, kdy všichni společně vzhledli k oknu v šestém patře. Wasik Milgramově experimentu nepřikládá příliš velkou vědeckou váhu, ale oceňuje jeho přínos v performativnosti, při které malý dav na několik okamžiků vzdoroval plynutí velkoměsta.²⁹

Jak uvádí nejen Lipovetsky, ale i německý sociolog Gerhard Schulze, soudobá společnost touží po vnitřním prožitku,³⁰ jehož lze dosáhnout opakováním již osvědčených činností nebo zkoušením nových podnětů. Právě na

26 LIPOVETSKY, cit. 19, s. 21.

27 MALY, Ico a Piia VARIS. The 21st-century hipster: On micro-populations in times of superdiversity. *European Journal of Cultural Studies* [online]. 2016, **19**(6), 637-653 [cit. 2018-04-30]. DOI: 10.1177/1367549415597920. ISSN 1367-5494. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1367549415597920>

28 Hipster. *Urban Dictionary* [online]. [cit. 2018-04-30]. Dostupné z: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Hipster>

29 WASIK, cit. 10, s. 60.

30 ŠUBRT, Jiří. *Soudobá sociologie*. V Praze: Karolinum, 2008. ISBN 8024614863, s. 164.

tento faktor Bill Wasik v konceptu svého davového projektu spoléhal. Přestože je pro jedince primární jeho vlastní zkušenost, je možné prožitku v některých případech dosáhnout kolektivní cestou,³¹ jak již na přelomu 19. a 20. století popsal francouzský sociolog Émile Durkheim. Na Durkheima navazuje i americký psycholog Jonathan Haidt, který Durkheimova teoretická východiska cituje ve své knize *Morálka lidské mysli: proč lidstvo rozděluje politika a náboženství*.³²

V kontextu flash mobu je významná především Durkheimova hypotéza dvojího typu emocí, jež některé lze zakoušet pouze jako součást většího společenského celku: „*Jako mimořádné stimulans působí už samotné shromáždění jako takové. Jakmile se shlukne množství lidí, rodí se z jejich fyzické blízkosti jakási elektřina, která je velmi rychle uvede do stavu neobyčejné exaltace.*“³³ Jak dodává Haidt: „*Máme schopnost (za určitých podmínek) přenést se přes své sobectví a rozplynout se (dočasně a s nadšením) v něčem, co nás přesahuje.*“³⁴ I v případě flash mobu dochází dle Wasika k potěšení ze spoluúčasti, která na několik málo okamžiků vede k přivlastnění si veřejného prostoru. Tento ústřední aspekt flash mobu, společně s potlačením pocitu, že jsou účastníci individualitami, je dále rozveden v následujících kapitolách.

31 ŠUBRT, cit. 30, s. 167.

32 HAIDT, Jonathan. *Morálka lidské mysli: proč lidstvo rozděluje politika a náboženství*. Praha: Dybbuk, 2013. ISBN 8074380904.

33 HAIDT, cit. 32, s. 277.

34 HAIDT, cit. 32, s. 273.

2.3. Společnost sítí

K popularizaci flash mobu významně přispěl i rozvoj internetu. Nacházíme se nyní ve věku konektivity a virtuálních sítí. Jan van Dijk, nizozemský profesor sociologie a komunikačních věd, v devadesátých letech představil koncept tzv. *network society*, společnosti sítí, založené na přesvědčení, že 21. století je věkem virtuální komunikace.³⁵

Pojmem *síť* pak van Dijk rozumí především sociální, technické a mediální propojení. Konstituční jednotkou síťové společnosti je jedinec zapojený do nějaké sítě, která vytváří složitější struktury – skupiny a komunity.³⁶ Komunikace pak může probíhat v lokálním, ale zároveň globálním měřítku a přenos je na rozdíl od tradičních médií zcela nezávislý na čase a prostoru.³⁷

Významnou charakteristikou kyberprostoru je jeho flexibilita a možnost oboustranné interakce. Zjednodušená komunikace a sdílení nejrůznějších formátů – dokumentů, obrázků, videí – může zaktivizovat jedince během krátké doby a umožnit mu na zprávu bezprostředně reagovat.³⁸ Oblíbeným sdíleným obsahem jsou například řetězové emailové zprávy, připomínající pravidla pyramidové hry. Kromě samotné zprávy je součástí dopisu i příkaz, aby příjemce zaslal kopii dalším osobám. Výměnou za přeposlání pak příjemce obdrží určitý profit či naopak sankci.³⁹

Na podobném principu šíření zajímavých informací je založena i tvorba tzv. *virálů*. Termín poprvé použil americký mediální teoretik Doug Rushkoff, který jím označil obsah, jenž se šíří mezi uživateli jako virus.⁴⁰ Příjemce videa, obrázku či zprávy však není nikým povzbuzován k dalšímu sdílení. Zpravidla se pro přeposlání rozhodne sám, protože se chce o zajímavý obsah podělit s ostatními.

Řetězové emailové zprávy a virály jsou úzce spjaty i s flash moby. Wasik

35 DIJK, Jan Van. *The network society*. 3rd ed. London: SAGE, 2012. ISBN 1446248968, s. 2.

36 DIJK, cit. 35, s. 24.

37 DIJK, cit. 35, s. 43.

38 LÉVY, Pierre. *Kyberkultura: zpráva pro Radu Evropy v rámci projektu Nové technologie: kulturní spolupráce a komunikace*. Praha: Karolinum, 2000. ISBN 80-246-0109-5, str. 224.

39 Řetězový dopis. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2018-04-30]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Řetězový_dopis

40 Co je to virál, jak vzniká a jak se šíří? *Virál svět* [online]. [cit. 2018-04-30]. Dostupné z: <https://www.viralsvet.cz/co-je-viral/>

totiž využil v rámci svého sociálního experimentu řetězovou zprávu jako mobilizační výzvu k účasti. Wasik ovšem nepřikládal této kyberkomunikaci, jak popíše v kapitole 3.1. *Flash mob a moderní technologie*, velký význam. To se ovšem změnilo po roce 2009, kdy začaly mít bleskové akce komerční využití. Pozdější tvůrci si velice dobře uvědomovali výhody okamžitého sdílení, a virtuální prostor se tak záhy stal dominantním místem pro virální sdílení a další interakci se záznamy flash mobů. Právě tak totiž bylo možné oslovit mnohem širší okruh diváků - potenciálních zákazníků, kterým se reklamní agentury snažily produkty a služby skrze atraktivní formu flash mobů prodat.

2.4. Bavící se společnost

Lipovetsky se ve svých úvahách o současném individualismu věnuje také fenoménům smíchu a humoru: „*[Komika] se stala všeobecným společenským příkazem, uvolněnou atmosférou, trvalým prostředím, kterému je člověk vystaven i v běžném životě.*“⁴¹ Přestože se veselí a smích objevuje v každé době i kultuře, postmoderní společnost je dle Lipovetského humoristická více než jiná, protože humor proniká do všech oblastí společenského života. Není však již natolik kousavý a útočný jako v satíře či karikatuře, ale naopak je dnes spíše osvěžující a srdečný.⁴² Terčem humoru již nejsou pouze ostatní, ale i individualistické já, způsobené tendencí permanentně reflektovat své jednání a rozbírat vlastní směšnost.

*„Humor zmírňuje vztahy mezi lidmi, odstraňuje zdroje třenic, a přitom v ničem neslevuje z požadavku individuální originality. V tom tkví společenská prestiž humoru, rovnostářského socializačního kodexu, který zde musíme chápat jako nástroj socializace [...].“*⁴³ Jak již bylo uvedeno dříve, socializace se může uskutečňovat digitální formou, například přeposíláním legračního obsahu, nebo aktivizací k fyzickému setkání ve veřejném prostoru, jako v případě flash mobů.

Ideálem humoru je zprostředkovat lidský kontakt, na chvíli se nebrat vážně, být více spontánnější a „*vytvořit uvolněné ovzduší, pohodu [...].*“⁴⁴ Zábava je v současnosti prostředek jak být více vidět, protože na sociálních sítích je nutné zaujmout uživatelskou pozornost během několika málo vteřin. Velmi úspěšná a vyhledávaná jsou například videa založená na principu skryté kamery, jež Wasik ve svém eseji ve spojitosti s výzkumem Stanleyho Milgrama popisuje. Jedná se o tentýž princip, který se později začal uplatňovat při záznamu a editaci pozdějších komerčních flash mobů, kde nejde pouze o zachycení činnosti aktérů, předvádějících hravý spektakl, ale především o natočení překvapených reakcí náhodných kolemjdoucích. Právě taková videa, jejichž smyslem není nikoho napálit, ale naopak zachytit snahu narušit rutinní život a někomu zpříjemnit den, se pak snadno stanou virálními senzací.

41 LIPOVETSKY, cit. 19, s. 217.

42 LIPOVETSKY, cit. 19, s. 221.

43 LIPOVETSKY, cit. 19, s. 250.

44 LIPOVETSKY, cit. 19, s. 251.

2.5. Performující společnost

V českém kontextu je pojem *performance* užíván především podle definice německé teatrologie. Tato diplomová práce však bude pracovat s termínem *performance*, jak je vykládán v *performance studies* ve Spojených státech amerických. Pro vysvětlení pojmu bude tedy využito kromě teatrologických slovníků⁴⁵ především zahraniční literatury, například *The Routledge Companion to Theatre and Performance*⁴⁶ či textů zakladatele Katedry performačních studií na New York University Richarda Schechnera.⁴⁷ Klíčová je pro tuto kapitolu také disertační práce *The Performance and Reception of Flash Mobs: Authenticity, Youtube and the Fantastic* Benjamina Gaileye z University of Illinois⁴⁸ a studie o Richardu Schechnerovi, kterou publikoval Marek Hlavica v *Divadelní Revue* v roce 2009.⁴⁹

V anglickojazyčném prostředí bylo slovo *performance*⁵⁰ dlouho chápáno pouze jako běžné slovo označující samotné představení⁵¹ či výkon herce.⁵² V druhé polovině 20. století však došlo k tzv. *performativnímu obratu*, jehož podstatou je přechod od díla k události a vnímání mezilidské interakce jako sebezprezentace. Významným představitelem tohoto proudu je například americký literární teoretik a filozof Kenneth Burke. Tento přístup v 50. letech minulého století výrazně ovlivnil další vývoj teatrologie, literární vědy, antropologie, sociologie, etnografie a dalších humanitních oborů.⁵³

Na Burkeho navázal americký sociolog Erving Goffman, který v knize

45 PAVIS, Patrice. *Divadelní slovník: [slovník divadelních pojmů]*. Praha: Divadelní ústav, 2003. ISBN 80-7008-157-0.; SEMIL, Małgorzata a Elżbieta WYSIŃSKA. *Slovník světového divadla 1945-1990*. Praha: Divadelní ústav, 1998. ISBN 80-7008-066-3, s. 378.

46 ALLAIN, Paul. a Jen. HARVIE. *The Routledge companion to theatre and performance*. New York: Routledge, 2006. ISBN 0-415-25720-4.

47 SCHECHNER, Richard. *Performance theory*. Rev. and expanded ed. London: Routledge, 2003. ISBN 0-415-31455-0.; SCHECHNER, Richard a Sara. BRADY. *Performance studies: an introduction*. 3rd ed. New York: Routledge, 2013. ISBN 9780415502306.

48 GAILEY, Benjamin Joseph. *The Performance and Reception of Flash Mobs: Authenticity, Youtube and the Fantastic*. Urbana, Illinois, 2015. Disertační práce. University of Illinois.

49 HLAVICA, Marek. Richard Schechner. *Divadelní revue*, 2009, roč. 2009, č. 4. ISSN 0862-5409.

50 Jan Hyvnar používá ve svém textu *O Schechnerově úvodu do performatiky* pojem „performans“, aby jej odlišil od pojmu *performance*, který může být vnímán i jako akce performativního umění. In HYVNAR, Jan. *O Schechnerově úvodu do performatiky*. *Disk: časopis pro studium dramatického umění*. Praha: Nakladatelství AMU, 2008, **25**(září). ISSN 1213-8665, s. 154 – 161.

51 Například: The play ran for 300 performances.

52 Například: Richard Burton's performance of Hamlet was outstanding.

53 CARLSON, Marvin. *Theatre: a very short introduction*. Oxford: Oxford University Press, 2014. Very short introductions, 402. ISBN 978-0-19-966982-0, s. 78.

Všichni hrajeme divadlo: sebezprezentace v každodenním životě (The Presentation of Self in Everyday Life, 1959, č. 1999) definoval performance jako „veškeré aktivity jednoho účastníka při konkrétní příležitosti, jejichž účelem je udělat dojem na kteréhokoli z ostatních účastníků“. ⁵⁴ Performance se stala novým analytickým nástrojem pro výzkum scénických i nescénických událostí, tedy jakýchkoli událostí od folklórních tanců až k ritualizovaným praktikám běžného života. ⁵⁵ Zpravidla se však performační koncepty ve smyslu předvedení, konání, provádění nebo vytváření nějaké události aplikují na akce vztahující se ke kultuře a jsou spojeny s označením *kulturní performance*. ^{56 57}

V šedesátých letech poté mezioborové propojení antropologie a teatrologie ovlivnila spolupráce antropologa Victora Turnera a režiséra, kritika a teoretika Richarda Schechnera. Schechner vystudoval anglistiku na Cornell University a State of Iowa University, poté získal doktorát z divadelní vědy na Tulane University, kde vycházel dosud nevýznamný odborný časopis *The Tulane Drama Review* (později byl název zjednodušen na *The Drama Review* a zároveň známý pod zkratkou *TDR*). ⁵⁸ Právě v tomto zpravodaji, který se za Schechnerova působení orientoval na reflexi a analýzu současného divadla, vyšel v roce 1966 Schechnerův významný esej *Přístupy k teorii/kritice* (Approaches to Theory/Criticism). ⁵⁹ V tomto textu Schechner poprvé představil své chápání divadla založené na strukturální antropologii Claude Lévi-Strausse ⁶⁰ a sociologii Ervinga Goffmana. ⁶¹

Divadlo podle Schechnera není možné nadále vnímat pouze v rámci literatury a historie divadla, ale je nutné o něm uvažovat v rámci širokého spektra lidských aktivit, jako jsou rituály, hry nebo sport. Každá z těchto aktivit pak používá odlišné metodiky výzkumu, jenž Schechner navrhuje využít

54 GOFFMAN, Erving. *Všichni hrajeme divadlo: sebezprezentace v každodenním životě*. Praha: Nakladatelství Studia Ypsilon, 1999. ISBN 80-902482-4-1, s. 21.

55 PAVIS, cit. 45, s. 297.

56 KOTTE, Andreas. *Divadelní věda: úvod*. Praha: KANT pro AMU v Praze, 2010. Disk (Akademie múzických umění v Praze). ISBN 978-80-7437-019-9, s. 100.

57 Tento pojem použil v roce 1959 Milton Singer ve svém úvodu k esejům o indické kultuře. Všechny performance, které Singer u národů jižní Asie pozoroval měly následující rysy: omezená doba trvání, začátek a konec, organizovaný program, soubor umělců, diváky a místo a důvod pro konání akce. In CARLSON, cit. 53, s. 3 – 4.

58 SEMIL, cit. 45, s. 378.

59 SCHECHNER, Richard. Approaches to Theory/Criticism. *The Tulane Drama Review* [online]. 1966, **10**(4) [cit. 2018-03-11]. DOI: 10.2307/1125208. ISSN 0886800X. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/1125208?origin=crossref>

60 HLAVICA, cit. 49, str. 47 – 48.

61 SCHECHNER, Richard. *Performance theory*. Rev. and expanded ed. London: Routledge, 2003. ISBN 0-415-31455-0, s. IX.

mezioborově.⁶² Z následujícího členění je patrný i vliv francouzského sociologa Rogera Cailloise a nizozemského kulturního historika Johana Huizingy,⁶³ od kterých Schechner přejal vnímání divadla jako hry:

„Aktivity jako hra, zápasy, sporty, divadlo a rituál mají několik základních společných kvalit: 1) jsou specificky časově strukturované; 2) předmětům v rámci těchto aktivit přisuzujeme speciální hodnoty; 3) nevytvářejí statky; 4) mají pravidla. Mnohokrát se odehrávají na speciálním, neobvyklém místě, které může být vybudováno pro potřeby těchto aktivit.“^{64 65}

Tyto kvality lze vztáhnout i na fenomén flash mobu. Právě těmito charakteristikami Wasik flash mob definuje, obdobně jako pozdější slovníková hesla.

Samotný flash mob, stejně jako jakákoliv jiná performance, kterou můžeme hledat v umění, rituálu či každodenním životě, je tvořen z *obnoveného chování* (v originálu používá Schechner sousloví *restored behavior*).⁶⁶ Takové chování se nekoná poprvé a je opakovatelné, i když si to nemusíme uvědomovat:⁶⁷

„Obnovené chování je klíčový proces všech druhů jednání a chování, ať už v každodenním životě, při léčení, během rituálu, ve hře nebo umění. [...] Budeme-li jej vnímat v osobní rovině, obnovené chování je chování ,jak se chovám kdybych byl někým jiným' nebo ,jak jsem předurčen se chovat' nebo ,jak jsem se naučil chovat'.“^{68 69}

Schechnerovo obnovené chování si osvojujeme v rámci tzv. *enkulturace*, učení a trénování kulturně specifického a podmíněného chování, abychom obstáli v životní roli v nejrůznějších sociálních situacích.⁷⁰ Schechner tímto názorem

62 SCHECHNER, cit. 59.

63 CARLSON, cit. 53, s. 84.

64 SCHECHNER, cit. 47, s. 8.

65 ORIGINÁL: *Several basic qualities are shared by these activities [play, games, sports, theater and ritual]: 1) a special ordering of time; 2) a special value attached to objects; 3) non-productivity in terms of goods; 4) rules. Often special place – non-ordinary places – are set aside or constructed to perform these activities in.*

66 Překlad termínu je přejat z již zmíněné studie Marka Hlavici.

67 HYVNAR, cit. 50, s. 156.

68 SCHECHNER, cit. 47, s. 34.

69 ORIGINÁL: *Restored behavior is the key process of every kind of performing, in everyday life, in healing, in ritual, in play, and in the arts. [...] To put it in personal terms, restored behavior is „me behaving as if I were someone else,“ or „as I am told to do,“ or „as I have learned“.*

70 SCHECHNER, cit. 47, s. 28 – 29.

navazuje na francouzského antropologa a filozofa Clauda Lévi-Strausse, podle kterého není rituál tvořen novými prvky, ale novou kombinací již existujících. I takové akce, které se odehrají jenom jednou a nejsou předem připravovány (Schechner například uvádí happeningy Allana Kaprowa), jsou složeny z námi již známého chování:

„Každodenní, obřadní nebo umělecký život se skládá převážně z rutiny, zvyků a rituálů, které jsou rekombinací známých vzorců chování. I ‚nejnovější‘, ‚originální‘, ‚šokující‘ nebo ‚avantgardní‘ postupy jsou zpravidla novou variací známého chování nebo přenesením tohoto chování ze známého do neočekávaného kontextu nebo situace.“^{71 72}

Jak zdůrazňuje Hlavica, pro Schechnera není divadlo speciální druh, který je oddělen od běžného života, ale liší se pouze ve stupni *obnoveného chování*. To však nevylučuje, že performance nemůže být originální a jedinečná. Událost se totiž vždy bude odehrávat ve zcela specifickém kontextu a situaci, za přítomnosti jiných diváků.⁷³ Jak bude popsáno více ve třetí kapitole věnující se flash mobu, i Wasik pracoval při tvorbě svého projektu s konceptem *obnoveného chování* a zasazením předváděné akce do neočekávaného kontextu. Především druhý element pak byl zdrojem působivého efektu, který flash mob proslavil.

71 SCHECHNER, cit. 47, s. 35.

72 ORIGINAL: [...] *Daily life, ceremonial life, and artistic life consist largely of routines, habits, and rituals: the recombination of already behaved behaviors. Even the „latest,” „original,” „shocking,” or „avant-garde” is mostly either a new combination of known behaviors or the displacement of a behavior from a known to an unexpected context or occasion.*

73 HLAVICA, cit. 49, s. 53.

3. FLASH MOB

Na rušném centrálním náměstí katalánského města Sabadell stojí hudebník s kontrabasem coby živá socha. Přistoupí k němu dívka a do klobouku mu hodí několik mincí. Socha muzikanta ve fraku na tento podnět ožije a začne hrát. Nic netušící dav očekává, že si podvečerní odpoledne zpříjemní poslechem sólového zpracování *Ódy na radost* Ludwiga van Beethovena. Pohled mají diváci připoutaný ke kontrabassistovi a ani si nevšimnou, že z banky za jeho zády vychází žena s violoncellem. Usadí se na prázdnou židli vedle svého kolegy a připojí se k němu. Postupně se přidávají další a další nástroje, až je během dvou minut na náměstí asi třicítka umělců, včetně dirigenta. Náhle se ukáže, že část publika je tvořena sborem. *Óda na radost* tedy i s jejich zapojením nabývá klasické koncertní podoby. Nečekanému vystoupení, které v závěru čítá více než 100 účinkujících, přihlíží i obdobné množství nadšených diváků. Nikdo z nich nečekal, že se stane svědkem kampaně *Jsmo Sabadell, Som Sabadell*, kterým chce sabadellská banka poděkovat obyvatelům města za 130 let úspěšného fungování.⁷⁴

Podobných videí lze na internetu nalézt nespočet: stovka dívek tancujících ikonickou choreografií na píseň *Single ladies* americké zpěvačky Beyoncé, nečekané taneční vystoupení v obchodním řetězci IKEA, které skončí žádostí o ruku. Všechny tyto kulturní performance jsou označovány jako flash mob, fenomén, který vznikl ve Spojených státech amerických počátkem 21. století a rychle získal na popularitě na celém světě.

Za první úspěšně zorganizovaný flash mob je považován takzvaný *Mob č. 2*, který proběhl v New Yorku 17. června 2003.⁷⁵ Číslování se odvíjí od série osmi flash mobů souborně nazvaných *Davový projekt*, *The Mob Project*, které zorganizoval Bill Wasik, tehdejší hlavní redaktor magazínu *Harper's*.

Vůbec první flash mob, který byl naplánovaný před prodejnou *Claire's Accessories* na Astor Place, se nakonec neuskutečnil, protože informace o chystané akci s předstihem získala newyorská policie a zabránila shromáždění v

74 Som Sabadell flashmob - BANCO SABADELL. *Youtube* [online]. 31. 5. 2012 [cit. 2018-04-22]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=GBaHPND2QJg>

75 WASIK, Bill. *The Mob Project*. In: *Bill Wasik Blog* [online]. 2009 [cit. 2016-11-21]. Dostupné z: http://billwasik.com/post/104403795/the-mob-project#disqus_thread

místě konání. Wasik, záměrně známý pouze jako Bill, si pro konání druhé, již úspěšně akce zvolil obchodní řetězec *Macy's* na Herald Square na Manhattanu. Z anonymního emailového účtu přeposlal svým přátelům řetězovou zprávu s několika málo pokyny, především aby si pro přesnost seřídili čas podle atomových hodin a dorazili do čtyř vybraných barů, kde mají očekávat další instrukce. Deset minut před avizovaným začátkem celého flash mobu pak byly v baru rozdány letáčky s informacemi, ať se všichni zúčastnění dostaví do oddělení koberců obchodního domu *Macy's* v devátém patře. Společně se pak shromáždí u koberce v zadním levém rohu a coby komunita z Long Islandu si budou vybírat podložku k milování. Po desíti minutách dohadování s obsluhou se pak dav náhle rozplyne podobně rychle, jako se objevil.⁷⁶

Mobu se zúčastnilo více než 100 zájemců a pozitivní ohlasy a zprávy o akci, například v magazínu *Wired*,⁷⁷ odstartovaly obrovskou vlnu zájmu pořádat tento typ událostí i v dalších metropolích Ameriky a následně i po celém světě. První evropský flash mob se podle amerického vzoru odehrál v Římě, následovaly akce v Londýně, Berlíně nebo ve Vídni.⁷⁸

Jak Wasik později uvedl v rozhovoru pro *Stay Free!* magazín, jeho projekt inspirovala newyorská umělecká komunita, jenž vždy touží být součástí něčeho nezvyklého a nového. Právě tato nutková potřeba byla podnětem a současně i důvodem, proč se flash mob stal natolik virální událostí. Nápad byl provokací, skrytým vtipem právě na tuto pseudo-kulturní společnost, a akce záměrně postrádala smysl a přesah.⁷⁹ Zároveň Wasik zamýšlel flash mob především jako hru pro samotné účastníky, kteří během několika málo minut svým nezvyklým jednáním promění veřejný prostor.

Velice rychle se však blogeri, se zájmem sledující jednotlivé moby, začali proti této bezúčelnosti bouřit: „*I ti, kdo si nepřáli, aby flash moby obhajovaly explicitně určitou politiku, začali doufat, že začnou v nějaké míře přítomným „divákům“ něco demonstrovat.*“⁸⁰ Podobně v českém prostředí reagoval i Adam Javůrek: „*Náhlé davy ve své stávající podobě končí. Mají budoucnost, pouze*

76 WASIK, cit. 10, s. 57.

77 WASIK, cit. 10, s. 57.

78 SHMUELI, Sandra. 'Flash mob' craze spreads. In: *CNN* [online]. Londýn, 2003 [cit. 2016-11-29]. Dostupné z: <http://edition.cnn.com/2003/TECH/internet/08/04/flash.mob/>

79 HEANEY, Francis. The Short Life of Flash Mobs In: *Alternet: Media* [online]. 2005 [cit. 2016-11-28]. Dostupné z: http://www.alternet.org/story/26807/the_short_life_of_flash_mobs

80 WASIK, cit. 10, s. 64.

pokud se stanou více aktivistickými (politickými) nebo uměleckými."⁸¹ I Wasik si byl tohoto faktu vědom a po sérii osmi akcí, kdy se během jednoho roku flash mob stal obrovskou senzací, se rozhodl svůj sociální experiment ukončit. O tři roky později se k autorství flash mobů přiznal v eseji *Můj dav neboli pátá fáze: Zpráva vynálezce flash mobu.*

Wasik vnímal flash mob jako společenský pokus, provokaci a především hru s fyzickým prostorem. Další rozvoj internetu, především vznik internetového serveru *Youtube* pro sdílení videí v roce 2005, však způsobil novou vlnu popularizace flash mobů skrze sdílené záznamy a možnost mobem oslovit širší okruh diváků. Toho využila například reklamní agentura *Saatchi & Saatchi*, která v roce 2009 uspořádala v rámci kampaně *Život je ke sdílení*, *Life's for Sharing*, společnosti *T-mobile* taneční flash mob na frekventované londýnské stanici *Liverpool Street Station*.⁸² Deset skrytých kamer snímalo tanec postupně zapojených 350 tanečníků, kteří tančili na výběr osmi klasických popových hitů. Video se ihned stalo senzací, jenž se virálně šířilo na sociálních sítích a operátor zaznamenal nárůst tržeb o 52%.⁸³ Projekt byl v roce 2009 zvolen nejlepší televizní reklamou ve Velké Británii.⁸⁴

Úspěch společnosti *T-mobile* inspiroval k využití flash mobu coby reklamního nástroje, který počítá nejen s náhodnými diváky přímo na místě, ale především s diváky na internetu. U původních flash mobů bylo zásadní, aby se virálně šířila pozvánka k účasti, v pozdějších mobech se naopak virálním měl stát záznam zachycující reakce diváků. Bleskový dav totiž vždy vytvářel emoce, jaké si firmy přály vzbuzovat ve spojitosti se svými produkty. „*Zákazníka dnes zajímají hlubší hodnoty - rodina, přátelé, sounáležitost, emoce. Chtějí vědět, že podobné hodnoty sdílí i jejich značka. Dnešní reklamy tak zobrazují více jak si lidé užívají, baví se s přáteli, zažívají nové zážitky,*"⁸⁵ uvedla v roce 2014 Irena Šovčíková na

81 JAVŮREK, cit. 7.

82 The T-Mobile Dance. *Youtube* [online]. 16. 01. 2009 [cit. 2018-04-28]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=VQ3d3KigPQM>

83 MULDOWNNEY, Tom. T-Mobile Liverpool Street Station Advert Evaluation. *Slide Share* [online]. 31. 01. 2012 [cit. 2018-04-28]. Dostupné z: <https://www.slideshare.net/TomMuldownney/tmobile-liverpool-street-station-advert-evaluation-11358757>

84 T-Mobile 'Dance' Named UK's Best TV Commercial of 2009. *Saatchi & Saatchi* [online]. 11. 03. 2010 [cit. 2018-04-28]. Dostupné z: <http://saatchi.com/en-us/news/t-mobile-dance-named-uks-best-tv-commercial-of-2009>

85 ŠOVČÍKOVÁ, Irena. Emoce mají v reklamě obrovskou roli. *Marketing Journal* [online]. 09. 01. 2014 [cit. 2018-04-28]. Dostupné z: <http://www.m-journal.cz/cs/emoce-maji-v-reklame-obrovskou-rol-i-s288x10311.html>

odborném portálu *Marketing Journal*. Tohoto trendu si všímá také Lipovetsky „Především se řada reklamních kampaní oprošťuje od repetitivního upoutávání pozornosti na produkt a do popředí naopak staví spektakl, hravost, humor, překvapivost a svůdnost. [...] Mechanicky fungující strategie vystřídaly strategie citů a emocí, které odpovídají prožitkovému individualismu.“⁸⁶

Vlivem této kampaně se flash mob výrazně proměnil a od hry pro úzkou komunitu účastníků se z fenoménu stala forma kreativní reklamy, která poměrně účinně dokáže zákazníka přesvědčit k zakoupení služby nebo produktu. V letech 2003 – 2006 začal být flash mob natolik populární, že se stal náplní řady sociologických výzkumů a předmětem prvním pokusů o definici a členění podle svého účelu. Jednou z nejvýznamnějších publikací je studie socioložky Virág Molnárové *Reframing Public Space Through Digital Mobilization: Flash Mobs and the Futility of Contemporary Urban Youth Culture*.⁸⁷ Právě Molnárová navrhuje asi nejfunkčnější dělení typů flash mobů do 5 kategorií, ve kterých odkazuje nejen na Wasikův původní koncept, ale také na tendence navazující na kampaň od Saatchi & Saatchi:

- **Atomový flash mob** je po vzoru Wasikových prvních mobů především sociologickým experimentem a není u něj podstatná přítomnost publika.
- **Interaktivní flash mob** chce událostí rozbít každodenní rutinu diváků.
- **Divadelní flash mob** vzniká většinou na popud samotných umělců nebo profesionálních skupin jako prostředek vlastní prezentace.
- **Politický flash mob** se snaží docílit většího povědomí o politických tématech nebo stranách.
- **Reklamní flash mob** si klade za cíl propagovat nejrůznější produkty a služby.

V zahraničním i českém kontextu jsou dodnes rozšířené především poslední tři varianty. V roce 2011 byl také krátce populární fenomén tzv. *flash robs*, bleskových krádeží, které pořádaly teenagerské gangy ve vyloučených oblastech amerických metropolí.⁸⁸

86 LIPOVETSKY, Gilles. *Paradoxní štěstí: esej o hyperkonzumní společnosti*. Praha: Prostor, 2007. Střed (Prostor). ISBN 978-80-7260-184-4, s. 106.

87 MOLNÁR, Virág. *Reframing Public Space Through Digital Mobilization: Flash Mobs and the Futility of Contemporary Urban Youth Culture*. In: *Scribd* [online]. 2012 [cit. 2016-12-02]. Dostupné z: <https://www.scribd.com/document/91277534/Reframing-Public-Space>

88 WASIK, Bill. 'Flash Robs': Trying to Stop a Meme Gone Wrong. *Wired* [online]. 23. 11. 2011 [cit. 2018-04-28]. Dostupné z: <https://www.wired.com/2011/11/flash-robs/>

3.1. Flash mob a moderní technologie

*Nebyl to žádný protest, vyjádření sociální úzkosti nebo iniciační schůzka kobercových fetišistů.*⁸⁹

Martyn Perks pro internetový magazín *Spiked*

Množství dostupných odborných i publicistických zdrojů zabývajících se fenoménem flash mobu pracuje pouze s jednoduchými definicemi ze slovníku *Merriam-Webster* a slovníku z Cambridge, které jsem uvedla v úvodu této diplomové práce. Jejich užití zdůvodňují především proto, že „*termín pod sebe zahrnul rozličný typ událostí, které problematizují vytvoření jediné definice.*“^{90 91} Profesor politologie na Baldwin Wallace University Mark Mattern tím odkazuje na pozdější diferenciaci flash mobů na nejrůznější taneční, politické nebo hudební akce.⁹² Podobně k definici přistupuje i Tereza Ryjáčková, která ve své bakalářské práci tvrdí, že „*fenomén flash mobu se postupně vyvinul do divadelního tvaru nejrůznějších forem, který nelze přesněji definovat.*“^{93 94}

Jak ale uvádí samotný autor flash mobu Bill Wasik: „*Ve skutečnosti flash mob, který vznikl v červnu 2003, zcela nadobro zanikl ještě tu samou zimu, přestože se během několika málo měsíců rozšířil na všechny kontinenty s výjimkou Antarktidy.*“^{95 96} Je tedy nutné rozlišovat mezi flash moby Billa Wasika, které vznikly v rámci jeho experimentu, a pozdějšími akcemi, které jsou zpravidla postavené na popularizaci či propagaci určité osobnosti, události, produktu, služby nebo instituce. Výzkumem Wasikových mobů, jenž se liší od vlny následných marketingových projektů, se důkladně věnuje také práce *The Performance and Reception of Flash Mobs: Authenticity, Youtube and the Fantastic* Benjamina Gaileye, která byla hlavním inspiračním zdrojem pro tuto

89 ORIGINAL: *It was no protest, no expression of social angst, not even an inaugural meeting of a carpet fetish society. In PERKS, Martyn. A mob for no reason: Email gangs come together - and go away again. In: Sp!ked [online]. 2003 [cit. 2016-11-29]. Dostupné z: <http://www.spiked-online.com/newsite/article/5082#.WD15OYdBMdU>*

90 MATTERN, Mark. *Anarchism and Art: Democracy in the Cracks and on the Margins: SUNY series in New Political Science*. New York: SUNY Press, 2016. ISBN 978-1-4384-5919-6, s. 105 - 106.

91 ORIGINAL: *The term has gradually encompassed a more diverse array of events, making a single definition more problematic.*

92 MATTERN, cit. 90, s. 105.

93 RYJÁČKOVÁ, cit. 6, s. 4.

94 ORIGINAL: *The phenomenon of flash mob has mutated into a multiform performance mode that cannot be precisely defined.*

95 WASIK, cit. 10, s. 57.

96 ORIGINAL: *In fact the flash mob, which dates back only to June 2003, had almost entirely died out by that same winter, despite its having spread during those few months to all the world's continents save Antarctica.*

pasáž. Pro kapitolu je také opět klíčový Wasikův esej *Můj dav neboli pátá fáze: Zpráva vynálezce flash mobu* a rozhovor *The Short Life of Flash Mobs* pro magazín *Stay Free!*,⁹⁷ který vyšel o rok dříve, než se Bill Wasik veřejně přiznal k autorství newyorských mobů.

Mohlo by se zdát, že se flash mob od podobných divadelních typů, například happeningů, liší na základě média, který vznik této události zprostředkovává. Tato domněnka je založena především na faktu, že v roce 2003, kdy Wasik rozeslal první výzvu k účasti na nevysvětlitelném davu, došlo k rapidnímu rozmachu moderních digitálních technologií. V témže roce se začínají poprvé prodávat mobilní telefony s fotoaparátem, o rok dříve v České republice přesáhl počet registrovaných emailových účtů u společnosti *Seznam* jeden milion.⁹⁸ S flash moby je také velice často spojována kniha *Smart mobs: The Next Social Revolution*⁹⁹ amerického teoretika Howard Rheingolda, ve které se autor věnuje sociálním, politickým a ekonomickým změnám v důsledku používání mobilních technologií.

V roce 2000 v New Yorku založil bavič a producent Charlie Todd uměleckou skupinu *Improv Everywhere*,¹⁰⁰ která má k flash mobům velice blízko. Protože Todd neměl po svém příjezdu do americké metropole možnost pronajmout si divadelní scénu pro své výstupy, rozhodl se své komické skeče přesunout do veřejného prostoru. Mezi nejúspěšnější performance této skupiny patří například *Jízda metrem bez kalhot*, postavená na provokativním nápadu zaskočit v polovině zimy cestující různých linek metra.¹⁰¹ Pobavit a zprostředkovat náhodným kolemjdoucím nezvyklý zážitek se skupina pokusila i řadou dalších akcí, například náhlým „zamrznutím“ účinkujících na hlavním nádraží¹⁰² nebo vytvořením fiktivního obchodu společnosti Apple z výtahu do metra.¹⁰³ V současnosti čítá databáze skupiny více než 50 000 registrovaných dobrovolníků,

97 HEANEY, cit. 79.

98 Rok 2002. *Seznam.cz* [online]. [cit. 2018-04-01]. Dostupné z: <https://onas.seznam.cz/cz/o-firme/historie-firmy/2002/>

99 RHEINGOLD, Howard. *Smart mobs the next social revolution: transforming cultures and communities in the age of instant access*. Reading, MA: Basic Books, 2007. ISBN 9780465004393.

100 *Improv Everywhere: We cause scenes. Improv Everywhere* [online]. Improv Everywhere Productions, 2017 [cit. 2017-10-15]. Dostupné z: <https://improveverywhere.com>

101 No Pants. *Improv Everywhere: We cause scenes* [online]. [cit. 2018-04-22]. Dostupné z: <https://improveverywhere.com/2002/01/05/no-pants/>

102 Frozen Grand Central. *Improv Everywhere: We cause scenes* [online]. [cit. 2018-04-22]. Dostupné z: <https://improveverywhere.com/2008/01/31/frozen-grand-central/>

103 Fake Apple Store. *Improv Everywhere: We cause scenes* [online]. [cit. 2018-04-22]. Dostupné z: <https://improveverywhere.com/2017/11/01/fake-apple-store/>

se kterými organizační jádro umělecké skupiny komunikuje skrze emailovou korespondenci. Mnohokrát došlo k záměnám,¹⁰⁴ kdy byla skupina Improv Everywhere označena za pořadatele flash mobů, ale Improv Everywhere tento dohad popřelo:

„Přestože některé naše mise¹⁰⁵ si jsou s flash mobem podobné (velké množství lidí se setká a společně předvede aktivitu ve veřejném prostoru), nikdy jsme tento termín neužívali. Některé mise čítají pouze pár lidí, jiné zase tisíce, záleží na okolnostech. Naše projekty také nejsou bleskové, často trvají několik hodin. Za ty roky byl termín ‚flash mob‘ zcela vyčerpán médií a marketéry. Z pojmu se stala líná všehochuť od lidí tancujících na koncertě hudební skupiny Black Eyed Peas, aby překvapili moderátorku Oprah Winfrey, až po výtržnictví náctiletých v Chicagu. Nejsem si jistý, co flash mob znamená a nezajímá mne, jestli popisuje naši činnost.“^{106 107}

Definici flash mobu tedy nelze založit pouze na podmínce, že je vytvářen pomocí moderních technologií. Wasik sám tuto domněnku vyvrací: *„[...] Technologie hrála jen velmi malou roli. Ostatně emaily byly rozesílány týden před akcí a myslím si, že by to fungovalo stejně, kdyby se roznášely letáky.“¹⁰⁸*

104 Flash mobbing and its unstoppable rise. *BBC News* [online]. 5. 9. 2011 [cit. 2018-04-22]. Dostupné z: <http://www.bbc.co.uk/news/magazine-14769454>

105 Skupina používá názvosloví „missions“ a „agents“.

106 FAQ. *Improv Everywhere: We cause scenes* [online]. [cit. 2018-04-22]. Dostupné z: <https://improveverywhere.com/faq/>

107 ORIGINÁL: *While some of our missions may have certain similarities to a flash mob (large numbers of people engaging in a coordinated activity in a public place), we have never embraced that term. Some missions use just a few folks while others might use thousands, depending on what suits the idea. Also, our projects are rarely over in a flash. Many last for hours. Over the years the term "flash mob" has been beaten to death by the media and co-opted by marketers. It's become a lazy, catch-all term to describe things as varied as people dancing at a Black Eyed Peas concert to surprise Oprah Winfrey to teens meeting up to commit crimes in Chicago. I'm not sure what it even means anymore, and I don't really care to use it to describe what we do.*

108 WASIK, cit. 10, s. 58.

3.2. Flash mob a anonymita

Právě srovnání Wasikových flash mobů s uměleckou skupinou Improv Everywhere nabízí poměrně účinný způsob, jak flash mob definovat přesněji než výkladové slovníky.

Záměrem a tedy ústřední „misí“ skupiny Charlieho Todda je především náhodné kolemjdoucí rozesmát a nechat je uvěřit, že byli součástí něčeho opravdového.¹⁰⁹ Příprava jejich recesistických akcí je natolik důkladná, že je pro mnohé přihlížející opravdu obtížné rozeznat, co je a co není reálné. Příkladem může být jedna z nedávných akcí, kdy „agenti“ vytvořili pro cestující metra dojem, že zde bude tajná oslava šestnáctých narozenin.¹¹⁰ Do vagónu nejprve nastoupila skupinka mladých lidí, která metro vyzdobila balónky a nápisy, a ostatní přihlížející přesvědčila, že další zastávku přistoupí nic netušící oslavenkyně. Zaskočení cestující byli rázem vtaženi do centra dění a byli vyzváni, aby se připojili k následnému zpívání narozeninového přání Happy Birthday nebo k držení výzdoby. Dojatá oslavenkyně se pak s ostatními fotila, rozdávalo se sladké občerstvení a po chvíli celý spektakl skončil vystoupením účinkujících ve stanici. Skupina ho ještě tentýž den na stejné lince metra pětkrát zopakovala.

Přestože je umístění oslavy do vlakové soupravy velice nezvyklé, jedná se o pravděpodobnou a uvěřitelnou situaci. Charlie Todd chtěl touto misí reagovat na reality show stanice MTV *Mých super sladkých šestnáct* o extravagantních a opulentních oslavách bohatých teenagerů.

V tomto případě jde i o velice jasné oddělení aktérů a diváků. Zatímco cestující na sobě mají běžné oblečení, bundy a saka, agenti Improv Everywhere mají oblečení, které se hodí na letní narozeninovou párty. Protože jsou do celé akce zasvěceni, jedná se také o animátory, kteří celou akci řídí. Kostým je obecně velice podstatnou složkou performancí Improv Everywhere. V roce 2011 se Toddovi ozval jeden z fanoušků s tím, že se podobá Filipu IV. Španělskému na obraze od slavného malíře Diega Velázqueze. Todd se tedy s tímto dvojníkem vypravil uspořádat autogramiádu v newyorském Metropolitním muzeu umění,

109 I created Flash Mobs. *Shamengo: the living lab of the new world* [online]. [cit. 2018-04-22]. Dostupné z: <http://www.shamengo.com/en/pioneer/73-charlie-todd>

110 Subway Sweet 16. *Improv Everywhere: We cause scenes* [online]. [cit. 2018-04-22]. Dostupné z: <https://improveverywhere.com/2017/05/09/subway-sweet-16/>

kde údajný král v dobovém kostýmu podepisoval své podobizny a fotil se s návštěvníky muzea do chvíle, než je oba vyvedla ostraha.¹¹¹

Improv Everywhere pracuje ve velké většině případů s kostýmem nebo jiným vizuálním prvkem, kterým se performeři od ostatních odlišují a poutají na sebe záměrně pozornost. Kostýmem na sebe berou masku a hrají někoho jiného, čímž se jejich koncept blíží principu divadla. Pro upoutání pozornosti také často využívají specifické dovednosti a vlastnosti performerů, jako například podobnost s panovníkem ze 17. století. Některé projekty jsou naopak založeny na spolupráci s jednovaječnými dvojčaty. Událost Improv Everywhere je vždy záměrně nezvyklá, aby si získala pozornost těch, kterým je určena.

Flash mob je oproti akcím Charlieho Todda postaven na zcela opačném principu. Bill Wasik chtěl od samého počátku zůstat v anonymitě, údajně pro vědecké účely svého výzkumu,¹¹² a do uveřejnění článku v *Harper's Magazine* byl široké veřejnosti znám pouze jako „tajemný Bill“. Pokyny k jednotlivým mobům chodili z anonymního účtu themobproject@yahoo.com a Wasik po celou dobu mystifikoval své okolí předstíráním, že je pouhým účastníkem, kterému byla výzva přeposlána. Řetězové emaily se pak šířily náhodně a je jen málo pravděpodobné, že by se mezi sebou všichni mobsteři znali.¹¹³

Jak poznamenává Gaileye, tento záměr zachovat flash mob „bez režiséra“ tím pádem ovlivnil i podobu jednotlivých performancí. Emaily byly rozesílány pouze informace, kam se mají zájemci o účast na projektu dostavit, nikoliv jak a kde bude samotný flash mob probíhat. Instrukce pak byly rozdány v podniku na malém papírku a bylo tedy nutné, aby flash moby nebyly složité a bylo možné jejich podobu shrnout do několika málo pokynů:

„První tři minuty buďte potichu jak nejvíce to půjde. Pokud umíte napodobit cvrlikání ptáků, můžete jej občas udělat.

- *V 19:21 můžete dělat jakékoliv realistické nebo nerealistické cvrlikání.*
- *V 19:23 můžete začít mumlat slova ‚ptačí zvuky‘.*
- *V 19:25 můžete na ostatní kolemjdoucí vykřikovat: ‚Příroda! Pojdte si užít*

111 King Philip IV. *Improv Everywhere: We cause scenes* [online]. [cit. 2018-04-22]. Dostupné z: <https://improveverywhere.com/2011/03/06/king-philip-iv/>

112 WASIK, cit. 10, s. 57.

113 GAILEY, cit. 48, s. 50.

trochu přírody.'

- *V 19:26 zpívejte slovo ‚pří-ro-da‘ dvacet sekund, jásejte a pak odejděte.*^{114 115}

I z tohoto důvodu trvaly akce deset minut či méně a jejich podoba měla být natolik jednoduchá, aby ji synchronně zvládly desítky účastníků bez předchozí přípravy a zkoušení. Nikdy také nebyly k flash mobu Billa Wasika využívány kostýmy nebo rekvizity, teoreticky se mohl připojit každý, kdo se náhodou nacházel v jednom z barů, kde se instrukce rozdávaly. Wasik záměrně plánoval akce jako „předpřipravené spotřební zboží“ o kterém, jak sám uvádí v rozhovoru pro magazín *Stay Free!*, si lidé pomyslí: „*To bych zvládl. Je to jenom deset minut, po práci a blízko linky metra.*“¹¹⁶ Tento koncept se ve srovnání s Improv Everywhere podobá více performanci než divadlu. Vzdáleně flash moby svou podobou připomínají umělecký koncept *readymade*, který přispěl ke vzniku amerických *happeningů*.

Nemožnost odlišit účastníky nevysvětlitelných davů od okolí, zachování anonymity mezi performerem a divákem až do vypuknutí flash mobu, je i hlavním zdrojem překvapení pro kolemjdoucí. Přestože Wasik ve své reflexi vědeckého experimentu tvrdí, že „*flash moby byly setkáním zasvěcených a jako takové mohly jen stěží komunikovat něco nezasvěceným,*“¹¹⁷ rozhodně nelze s účastí diváka nepočítat, ať už v podobě dalších aktérů nebo kolemjdoucích. Dle Wasika se jednalo pouze o interní hru, jejíž podstatou bylo využít terén a nevšímat si okolí. Toto jednání však okolní lidi vtáhne do pozice diváka a zákonitě dochází k interakci, přestože divák zprvu netuší, že zde dochází k nějaké události. Richard Schechner tento jev nazývá *zastřená hra*,¹¹⁸ *dark play*, při které „*pouze jedna strana ví, že se jedná o hru.*“¹¹⁹

114 HEWITT, Giles. Flash mobs: a new social phenomenon? In: *News in Science* [online]. New York, 2003 [cit. 2016-12-02]. Dostupné z:

<http://www.abc.net.au/science/news/stories/s913314.htm>

115 ORIGINAL: *For the first three minutes, make as little noise as possible. If you can make a realistic bird call, you may occasionally do so.*

· *By 7:21 pm, you may make all bird calls, unrealistic or no.*

· *By 7:23 pm, you may also mumble, 'bird noise'.*

· *By 7:25 pm, you may also call out, "Nature here! Come get some nature," to passers-by.*

· *At 7:26 pm, chant "Na-ture" for 20 seconds, cheer and disperse.*

116 HEANEY, cit. 79.

117 WASIK, cit. 10, s. 64.

118 Doslovný překlad termínu *dark play* byl byla spíše temná hra. Přesto jsem se rozhodla tento pojem přeložit volněji, protože právě *zastřená hra* lépe odráží popisovaný princip.

119 SCHECHNER, Richard. *Performance Studies: An Introduction - Play* ("Deep Play/Dark Play"). *Youtube* [online]. Kalifornie, 17. 12. 2012 [cit. 2018-04-08]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=2qa5wPftAsU>

Během flash mobu dochází ke zmatení a překvapení, kdy diváci v prvních chvílích nedokáží performanci vyhodnotit jako performanci. Zatímco Improv Everywhere akci během dne několikrát opakuje a některé trvají mnohonásobně déle než 10 minut, u jednorázového a velice krátkého flash mobu záleží na nezasvěceném přihlížejícím, zda si najde vlastní interpretační klíč a zda hru vůbec pochopí.

Po skončení akce je zásadou, že se performeři chovají jako běžní kolemjdoucí a mají z místa zmizet bez jediného náznaku, že se odehrálo cokoliv neobvyklého.

Jak zmiňuje Wasik ve svém eseji, anonymita je zvolena i z důvodu možného střetu se zákonem: „*Nad legálností projektu se dosud vznáší otazník. Jako odesílatel mailu bych nejspíše mohl být shledán vinným z nedovolené organizace demonstrace a mohl bych být odpovědný za škody způsobené během akce.*“¹²⁰ Proto také Wasik zvolil fiktivní mailovou adresu, místa v rušném centru města, kde se jednoduše dav rozptýlil „*pryč ze dveří, zrovna ve chvíli, kdy dorazily policejní hlídky se zapnutým majákem.*“¹²¹

Zakladatel Improv Everywhere Charlie Todd byl od samého počátku výrazným režisérem a organizátorem. Naopak flash moby Billa Wasika byly záměrně vytvořeny bez hierarchie a bez osobnosti, čímž byla posílena jejich tajemnost a přitažlivost. Cílem byl nejen „*boj za deindividualizaci rozšířenou mezi newyorskými hipstery,*“¹²² ale zároveň snaha vytvořit opravdu virální projekt, který k účasti strhne co největší počet zájemců. K tomu měl posloužit argument, že se flash mobu účastní tisíce dalších anonymních účastníků a současně právě atraktivní forma využívající principu Schechnerovy *zastřené hry*, kdy jsou účastníci zasvěcení a ví více, než jejich okolí.

Flash mob si zároveň velice rychle získal pozornost blogerů a médií, protože nabízel svou instantností rychlý prožitek a (anonymní) slávu. Anonymní autorství projektu způsobilo, že flash mob mnohem více vybízel fanoušky k napodobování a organizování vlastních akcí, než je tomu u Improv Everywhere spojené s tvůrcem Charlie Toddem. Každý si mohl zorganizovat vlastní flash mob

120 WASIK, cit. 10, s. 57.

121 WASIK, cit. 10, s. 58.

122 WASIK, cit. 10, s. 56.

a mohl být druhý den v místních novinách nebo v televizi. Přestože původně měl flash mob zešměšňovat touhu po sebevyjádření a mainstreamu, velice záhy se stalo, že se moby během jediného roku konaly skoro ve všech metropolích světa a staly se součástí pop kultury.

3.3. Flash mob a přivlastnění prostoru

Dle oxfordského slovníku označuje termín *mob* „*velké a neuspořádané sročení lidí, kteří chtějí zpravidla působit potíže nebo páchat násilí.*“^{123 124} Pokud bychom se na veřejnosti setkali s jediným člověkem, který v parku skanduje slovo *pří-ro-da* a napodobuje cvrlikání ptáků, nejspíše bychom jeho jednání nevyhodnotili jako flash mob. Naše pozornost by se soustředila pouze na něj a jen velmi těžko by mohl umělec splynout po skončení performance s okolním davem. Wasik záměrně distribuoval pozvánku k akcím *Davového projektu* s výzvou o virální přeposlání informace nejen přátelům, ale všem známým. Argument, proč by se lidé měli zapojit byl podpořen i pasáží „často kladené dotazy“, která obsahovala jedinou otázku a odpověď:

*„Proč bych se měl připojit k nevysvětlitelnému davu?
Protože to udělá i tisíc dalších lidí.“*¹²⁵

Velké shromáždění lidí nezaručovalo nejen anonymitu, ale zároveň umožňovalo účastníkům si na několik okamžiků v rámci interní hry, jak Wasik sám uvádí, přivlastnit prostor podobně jako divadlo:

„Ve flash mobu byl, nicméně, jeden politický element, [...] který byl (na to, že to byl žert zrozený z internetu) prodchnut ludičností. Nejlépe ho bylo možné spatřit v momentě, kdy se dav spojil: jakási bytostná radost vidět převálcovat společnost a narušit řád; mlčky proniknout do pseudoveřejného prostoru, tohoto komerčního světa plného nákupních řetězců a obchodních center, a najednou se zjevit a obsadit jej.“^{126 127}

Jak je patrné z definice oxfordského slovníku i citace z Wasikova eseje, podstatou flash mobu bylo anarchistické obsazení zvoleného prostoru a potlačení

123 *Mob*. *English: Oxford Living Dictionaries* [online]. [cit. 2018-04-22]. Dostupné z: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/mob>

124 ORIGINÁL: *A large crowd of people, especially one that is disorderly and intent on causing trouble or violence.*

125 WASIK, cit. 10, s. 57.

126 WASIK, cit. 10, s. 65.

127 ORIGINÁL: *There was, however, one successful element of politics in the flash mob [...] that (surprisingly enough, for a fad born of the Internet) was tinged almost with Luddism. It could best be seen at the very moment that a mob came together: a sort of fundamental joy at seeing society overtaken, order stymied; at silently infiltrating this pseudopublic space, this corporate space, these chain stores and shopping malls, and then rising at one to overrun them.*

jeho původního využití. Důležité také bylo zvolit takový prostor, který byl pro tuto intervenci dostatečně kontrastní – lobby hotelu *Grand Hyatt*, oddělení koberců nákupního centra *Macy's* nebo hračkářství *Toys „R“ Us* na Times Square. Zatímco současné flash moby se odehrávají na prostranství náměstí nebo parků, většina projektů Billa Wasika byla záměrně plánována do vnitřního prostoru:

„Z pohledu fyzického prostoru flash moby závisely na jistých omezeních, potřebných k vytvoření iluze nadřazené síly. Blogeři si také stěžovali, že jsem flash moby nikdy nepořádal v otevřeném prostranství pro dostatečné množství přihlížejících, ale to byl z mé strany naprostý záměr. [...] Jenom uzavřené prostory mohly davu umožnit zakusit trochu potřebného narcismu i úžasu ze vzniklé síly; pokud by dav neopanoval veškerý prostor, celý princip by se zhroutil.“¹²⁸

Současně bylo záměrem flash mobu bojovat proti vnímání kulturních akcí jako pouhých sociálních příležitostí, kde se účastník snaží být viděn, než jako příležitostí prohlédnout si umění:

„Teoreticky by tedy mělo být možné vytvořit umělecké dílo, které by vycházelo pouze ze scény, ve smyslu, že by scéna byla jediným smyslem díla a utvářela by jej.“

Jak již bylo zmíněno dříve, překvapení diváků skupiny *Improv Everywhere* je založeno především na rafinovaném nápadu a výrazném odlišení od běžného jednání a zkušenosti. Naopak flash moby tyto dva elementy postrádají a těžiště překvapení je především v masovosti celé akce, skoro až snaze donutit náhodného kolemjdoucího na malý okamžik zpochybnit své vlastní chování, pokud se jako jediný v nákupní hale nezačne klanět modelu dinosaura. Využitím uzavřených a relativně malých prostor se také limitoval počet diváků, kterým primárně nebyla událost určena. O to více však bylo tímto přístupem akcentováno „narcistické“ diváctví mezi účastníky flash mobu.

Tento záměrný rozměr události způsobil, že akce měly bezprostřední ohlas v médiích. Zatímco se některé relativně komorní akce Charlieho Todda odehrávaly v New Yorku bez povšimnutí, dvě stovky členů komunity z Long Islandu společně

128 WASIK, cit. 10, s. 58.

hledající koberec na milování, zvláště v kontextu americké obezřetnosti a zásad bezpečnosti, přirozeně vzbudilo množství pozornosti. A to také byl kýžený impuls, který dopomohl flash mobu nabývat na popularitě a přitáhnout pozornost dalších hipsterů, kterým byl projekt určen. Jak ale poznamenal Adam Javůrek v článku *Bleskový konec náhlých davů* pro časopis *Respekt*, příliš velká pozornost médií flash mob znehodnotila a mob se již jako nezávazná zábava vyčerpal.¹²⁹

V dnešní době je sporné, nakolik jsou diváci intervencí ve veřejném prostoru doopravdy zaskočení. Flash moby jsou masově sdíleny na sociálních sítích, mnohdy jsou i celé převzaty a chybí jim jakákoliv originalita spjatá s místem konání. Jejich využití coby marketingový nástroj zcela pozměnil jejich původní podobu i účel. Pro novodobé události stále zůstává stěžejní efektnost v zaplnění veřejného prostoru, zároveň však velice často dochází k nedodržení anonymity, která byla pro Wasikovy projekty zásadní a pro akce i z produkčního hlediska určující. Reklamní účel novodobého flash mobu také proměnil vnímání vztahu diváka a performerera. Zaslíbený účinkující již není natolik důležitý, protože je především podstatné ohromit netušícího diváka, který bude svůj zážitek dále sdílet a pozitivně si jej spojí s firemní myšlenkou nebo produktem. Tomuto požadavku byl přizpůsoben i čas trvání, přestože právě bleskovost původních akcí byla hlavním zdrojem diváckého šoku, zmatení a překvapení.

129 JAVŮREK, cit. 7.

4. FLASH MOB V ČESKÉM KONTEXTU

Jak již bylo vysvětleno v předchozích kapitolách, flash mob rozhodně není nový či ojedinělý trend. Nejenom v českém prostředí je možné hledat velice podobné aktivity, které dokonce vznik amerického fenoménu předběhly o desítky let. Přesto je flash mob v některých nuancích specifický, protože původní projekt Billa Wasika akcentoval především hru pro samotné aktéry. V tomto aspektu se podobá současnému trendu tzv. *alternate reality gaming* (dále ARG), hry na alternativní realitu, která je vzdáleně příbuzná s *larpy* (*live action role-playing games*, her na hrdiny na živo).¹³⁰ Na rozdíl od larpů v případě ARG hráči nepřijímají roli, ale hrají sami za sebe. Pouze jako hráči přistupují na určitá pravidla, která upravují jejich vlastní, skutečnou realitu sérií indicií. Zjednodušeně řečeno, jedná se o detektivní bojovou hru řízenou známým či neznámým organizátorem, která má hráči zprostředkovat zajímavý příběh.¹³¹ Takovýmto organizátorem se stal i samotný Wasik, který inicioval recesistickou, ne déle než deset minut dlouhou interní hru pro hipstery v centru New Yorku.

Městský prostor však lze oživovat nejen pervazivními typy her, ale v tuzemském kontextu je možné sledovat také velice bohatou linii recesistických akcí a happeningů. Český flash mob je tak nutné vnímat v širším kontextu české performativní kultury, pro kterou je charakteristický smysl pro hravost, dadaistický nonsens a je výrazně spojená s kulturním undergroundem. Následující podkapitola tedy shrnuje tyto tendence před vznikem amerického flash mobu a postupně mapuje jeho prosazování v našem kulturním prostředí. Přestože v zahraničí již v posledních letech zájem o flash mob zvolna upadá, v České republice je možné zaznamenat poměrně silný boom v pořádání a navštěvování těchto bleskových akcí.

130 Jedná se o hry, které vycházejí z deskových her, ale hrací figurky jsou do velké míry personifikovány samotným hráčem. První takovou hrou byla roku 1974 hra *Dungeons & Dragons*, Dračí doupe. V momentě, kdy se hráči rozhodli jednat svých postav napodobovat, přerodil se tento fenomén do performativní podoby tzv. *live action role-playing games*, her na hrdiny na živo. In ZACHOVÁL, David. *Člověk a hra: Pokus o interdisciplinární náhled*. České Budějovice, 2009. Diplomová práce. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, s. 67.

131 Alternate Reality Gaming. *Larpedie* [online]. [cit. 2018-05-01]. Dostupné z: http://wiki.larpy.cz/Alternate_Reality_Gaming

4.1. Recesistická hnutí

Původní význam slova *recese* označoval dočasný pokles hospodářského rozvoje. Ve 30. letech 20. století však tehdejší student, spisovatel a scénárista Vladimír Bor začal termín používat ve smyslu uvádět někoho v *recesi*, dělat *recesi*, až začala *recese* znamenat určitý typ humoru.¹³² Kolem Bora se následně vytvořila skupina Pražských recesistů, která vznikla „v časech, kdy pořadatelé amerických happeningů byli ještě na houbách.“¹³³ Recese se podle Bora zpravidla dosahovalo pouliční hrou, kdy skupina studentů konfrontovala své okolí a zatahovala jej do hry snímáním klobouků, pronásledováním vybraných chodců, mystifikací nebo zneklidňováním smíchem.¹³⁴

Hnutí recesistů však rozhodně není prvním projevem tohoto fenoménu na našem území. Recesistické tendence je možné sledovat například v kabaretní kultuře úzce spojené s Jaroslavem Haškem a jeho přáteli, kteří v roce 1911 založili satirické politické hnutí Strana mírného pokroku v mezích zákona. V meziválečném období je možné hledat projevy recese v teatrálních formách Osvobozeného divadla. V padesátých letech 20. století poté vzniká hnutí Šmidrů založené studenty Akademie výtvarných a múzických umění v Praze, kteří pro své spolužáky pořádali surrealistické večírky či krátkodobé výstavy v městském prostoru.¹³⁵ Velice často mystifikační a recesistické aktivity souvisely s hospodskou a kavárenskou kulturou, kde vznikala řada různých hospodských uskupení a subkultur.¹³⁶ Takovým sdružením byla i Křížovnická škola čistého humoru bez vtipu, která vznikla v šedesátých letech v hospodě U křížovníků.¹³⁷

Nejspíše nejznámější byla v českém prostředí skupina Aktual, která se vytvořila okolo významného tvůrce happeningů Milana Knížáka. Skupina pořádala výlety, hry, lidové průvody nebo krátkodobé výstavy a instalace, čímž bojovala proti tehdejšímu strnulému umění útokem na každodennost a veškeré smysly.¹³⁸ V sedmdesátých až osmdesátých letech mezi výrazné pořadatele happeningů

132 BOR, Vladimír. *Recese*. Praha: Paseka, 1993. ISBN 80-85192-35-7, s. 16.

133 BOR, c. 132, s. 16.

134 BOR, cit. 132, s. 50.

135 BOR, cit. 132, s. 223.

136 ŠTEFLÍČKOVÁ, Jana. *Happening*. Praha, 2007. Magisterská práce. Akademie múzických umění v Praze, s. 31.

137 ŠTEFLÍČKOVÁ, cit. 136, s. 33.

138 MORGANOVÁ, Pavlína. *České akční umění 60. - 90. let: Historie a problematika dobové reflexe a interpretace*. Praha, 2006. Disertační práce. Univerzita Karlova, s. 48.

patřila například Zorka Ságlová,¹³⁹ skupina K. Q. N. nebo výtvarná organizace B. K. S. (Bude Konec Světa) výtvarníka Františka Skály.¹⁴⁰

Ani změna politického režimu v roce 1989 nezpůsobila úpadek zájmu o recesi a podobné aktivity. Na přelomu osmdesátých a devadesátých let vznikla například Společnost za veselejší současnost či Balbínova poetická strana. V roce 1999 založil Český klub skeptiků Sisyfos recesistickou anticenu *Bludný balvan*, která se uděluje jednotlivcům a družstvům za matení české veřejnosti.¹⁴¹ Bez přerušení se od roku 1966 každoročně koná dálkový pochod Praha – Prčice, jehož recesistickým záměrem bylo překonat vzdálenost 100 tisíc loktů českých.¹⁴² Tento pochod je nyní pořádán pod hlavičkou Klubu českých turistů a v roce 2018 se jej zúčastnilo více než 24 000 „pochodníků“.¹⁴³

V kontextu flash mobů je podstatné zmínit, že v českém prostředí se na počátku 21. století odehrávaly také happeningové intervence ve veřejném prostoru označované jako *reality hacks*. Dle cambridgeského slovníku označuje *hack* jako podstatné jméno „*narušení osobního soukromí, například v telefonu nebo počítači, za účelem získat nelegálně citlivé informace*“¹⁴⁴ a zároveň jako sloveso znamená *hack* „*něco úspěšně vyřešit*“.¹⁴⁵ Podle článku Adama Javůrka skupina sdružující se okolo webu maslo.cz o organizaci *reality hacks* uvedla: „*Naším cílem je nabourat realitu. Donutit náhodné kolemjdoucí, aby se zastavili a alespoň na chvíli vypadli z každodenního stereotypu, podívali se na svět jinak.*“¹⁴⁶ Jednou z akcí tohoto web blogu, která se konala 10. října 2002 v Praze, bylo například patnáct minut nenuceně postávat před výlohou restaurace *McDonald's* a pozorovat dění uvnitř.¹⁴⁷

V Praze také dodnes funguje například volné uskupení Děsír (Děti sídlištní

139 MORGANOVÁ, cit. 138, s. 66.

140 ŠTEFLÍČKOVÁ, cit. 136, s. 36.

141 Ceny bludný balvan. *Sisyfos: Český klub skeptiků* [online]. [cit. 2018-05-01]. Dostupné z: <http://sysifos.cz/index.php?id=homepage&idd=bludn%FD%20balvan>

142 Historie pochodu. *Pochod Praha - Prčice* [online]. [cit. 2018-06-03]. Dostupné z: <http://www.praha-prcice.cz/historie>

143 Pochod Praha - Prčice. *Pochod Praha - Prčice* [online]. [cit. 2018-05-01]. Dostupné z: <http://praha-prcice.cz>

144 Hack. *Cambridge Dictionary* [online]. Cambridge: Cambridge University Press, 2017 [cit. 2017-09-20]. Dostupné z: <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/hack>

145 Hack, cit. 144.

146 JAVŮREK, cit. 7.

147 ŽDÁREK, Pavel. Flash mob: Češi se zřejmě bojí, pro studenty je to zábava. *IT BIZ: Vaše jednička mezi nulami* [online]. 24. 12. 2007 [cit. 2018-05-01]. Dostupné z: <http://www.itbiz.cz/flash-mob-bleskovy-dav-v-ceske-republice>; Reality hack. *Maslo.cz* [online]. [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <https://maslo.cz/hack01>

recese), které vzniklo v devadesátých letech jako součást občanského sdružení dětí a mládeže Duha.¹⁴⁸ S přestávkami skupina, pořádající „rozličné akce k osvěžení všední šedi“, organizuje recesistickou událost každý 13. den v měsíci a o připravovaných akcích informuje prostřednictvím sociálních sítí *Facebook* a *Twitter*. Mezi nejznámější akce, která se opakuje vždy v době Vánoc, je hraní oblíbené dětské hry *Rybičky, rybičky, rybáři jedou* v centru Prahy s náhodnými kolemjdoucími.¹⁴⁹

148 *Co je Děsír?* [online]. [cit. 2018-05-01]. Dostupné z: <http://desir.hrejsi.cz/desir.html>

149 ŽDÁREK, cit. 147.

4.2. Česká weblogová subkultura

Informace o prvních flash mobech v českém prostředí zpravidla neexistují, protože zanikly společně s osobními blogy tehdejších iniciátorů.¹⁵⁰ Právě anonymizované blogy, občas nazývané také jako weblogy, byly totiž v tuzemsku hlavní platformou, na které organizátoři výzvy k prvním flash mobům umísťovali. Do jisté míry tak bylo obtížnější dosáhnout opravdu virálního efektu, protože stránku sledovalo pouze specifické internetové publikum.

Opomineme-li *reality hacks*, za nejspíše první a nejvýraznější akci, inspirovanou Wasikovým projektem, je považována událost v obchodním domě *CarreFour* na Novém Smíchově. Akci zorganizoval konzultant a publicista Daniel Dočekal alias Pooh, který na svůj blog napsal:

„Pro ty, kdož si chtějí trochu zašpásovat, přináším důležité informace: neděle, 13:00, CarreFour (obchodní centrum), pražský Smíchov. Nutná rekvizita je fotoaparát, postačí se projít uvnitř obchodního centra a fotit. Můžete jenom jako, můžete doopravdy, můžete digitálem (a poté můžete své fotky poslat na flashmob@pooh.cz nebo je někde nechat ke stažení, přijdou do gal.pooh.cz). Pro slabší povahy je tu ještě pointa – vlastník objektu je posedlý zákazem focení. A to natolik, že si nemůžete vyfotit ani vlastní polovičku, aniž by vás neobtěžoval nějaký jejich maník [ostraha]. Smyslem FLASH MOB SMÍCHOV je tedy jediné, vyfotit toho co nejvíc. Pokud se vám přičí „porušovat“ toto nesmyslné nařízení, není to akce pro Vás, vzkazuje vyhledávací...“¹⁵¹

¹⁵⁰Fenomén blogování, tedy psaní a správa virtuálního deníku a sdílení osobních názorů s ostatními, byl do velké míry nahrazen užíváním sociálních sítí. Prvním českým blogem byl patrně Neviditelný pes Ondřeje Neffa, založený v roce 1996. Boom českých blogů poté přišel po roce 2003, především díky přechodu publikačního systému Blogger pod již rozšířenou a úspěšnou firmu Google. V Česku však tuto službu provázely technické potíže, což bylo příležitostí pro české podnikatele vytvořit podobnou blogovací platformu přizpůsobenou tuzemským podmínkám a technickým možnostem. V červnu 2003 tedy Martin Malý spustil systém Bloguje.cz, který ve své době patřil mezi nejvlivnější portály české internetové subkultury. V podobné době poté vznikly další platformy, například Sblog portálu Seznam.cz nebo Blog.cz. Nejvyšší počet registrovaných adres poté Bloguje.cz zaznamenalo v roce 2006, kdy měli uživatelé registrováno necelých deset tisíc blogů. Poté začal trend klesat. V roce 2012 tehdejší provozovatel systému Jakub Lešikar z LAAR, a. s. oznámil ukončení služby. V mnoha případech tak zanikly i zdroje pro tuto diplomovou práci. In ZANDL, Patrick. *Zlatá éra weblogů I.: Počátky weblogů v Česku* [online]. 8. 8. 2012 [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <https://www.marigold.cz/item/zlata-era-weblogu-i-pocatky-weblogu-v-cesku;Bloguje.cz> In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Bloguje.cz>

¹⁵¹FLASH MOB 7. 9. 2003 - 13:00 - CarreFour pražský Smíchov. *Pooh.cz* [online]. Praha, 2003 [cit. 2017-09-20]. Dostupné z: www.pooh.cz [Příspěvek již neexistuje z důvodů aktualizace webu.]

Podle Patricka Zandla, autora webové stránky *Marigold.cz*, se akce kromě Dočekala zúčastnil marketingový expert Radim Hasalík alias Darkmaster a spisovatel a novinář Radek Hromuško alias Kostěj. Akci přihlížel i nejmenovaný reportér Lidových novin, díky kterému na akci okrajově reagovala i zpravodajská média.¹⁵² Při flash mobu totiž došlo k potyčce a právě Hasalík¹⁵³ a Hromuško byli ochrankou obchodního centra napadeni.¹⁵⁴

Odhlédneme-li od etického aspektu akce, protože za viralitou flash mobu stál především střet s ochrankou a následná účast policie, je patrné, že Doležal na americký fenomén navázal jen částečně. Přestože událost označil za flash mob, podobnost lze hledat pouze v konání mobu v uzavřeném, komerčním prostředí. Akce postrádala nonsensový a zábavní ráz, na což upozornili i uživatelé Didactylos a Trillian v diskuzi pod příspěvkem Martina Malého alias Arthura Denta: „Bez ohledu na to, jak akce probíhala, myslím, že to prostě Flash Mob nebyl, protože se ho zúčastnila jen pětice lidí, která se navíc znala. [...] Máselné akce mi připadají poetičtější a flashmobovější.“¹⁵⁵ Událost byla koncipovaná jako konfrontace a do jisté míry i nelegální provokace. O to více je paradoxní, že pro Doležala nebyla více důležitá anonymita. Náplň akce také vyžadovala jako rekvizitu foťák a svým záměrem nevzbudila masovější zájem, přestože pokyn fotografovat v nákupním řetězci typově odrážel Wasikova zadání. Jak uvádí Zandl, Doležal již žádnou podobnou událost neorganizoval.

Jako další údajný flashmob poté v listopadu 2003 vyhlásil již zmíněný Radim Hasalík událost nazvanou *První internetový Flash Mob*. Jednalo se o výzvu v konkrétní hodinu zaplnit diskuzní fórum pod článku na webové stránce moderátorky Radky Pilné alias Černovlásky. V tomto případě nedošlo vůbec k fyzickému setkání aktérů a akce byla do velké míry neúspěšná, protože autorka omezila možnost své články komentovat.¹⁵⁶

152 Policie řeší bitku s ochrankou obchodu. *IDNES.cz* [online]. 8. 9. 2003 [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: https://zpravy.idnes.cz/policie-resi-bitku-s-ochrankou-obchodu-dhy-/domaci.aspx?c=A030908_134608_praha_ton

153 HASALÍK, Radim. Fotil jsem. Zmlátili mne. *Brouzdej.cz* [online]. 7. 9. 2003 [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <http://brouzdej.cz/blogy/darkmaster/941.html>

154 ZANDL, Patrick. Zlatá éra weblogů 2: Flashmob v Carrefour. *Marigold.cz* [online]. 14. 8. 2012 [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <https://www.marigold.cz/item/zlata-era-weblogu-2-flashmob-v-carrefour>

155 MALÝ, Martin. Rozbiju ti hubu, hajzle!. *Převážně neškodný...* [online]. 7. 9. 2003 [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <http://blog.maly.cz/index.php?item=419>

156 ZANDL, Patrick. Blogeri zase vymysleli kravinu: hon na Černovlásku. *Marigold.cz* [online]. 25. 11. 2003 [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <https://www.marigold.cz/item/blogeri-zase-vymysleli-kravinu-hon-na-cernovlasku>

4.3. Davové flash moby

Opravdu masové události, označované veřejností i médii za flash moby, se v českém kontextu začaly konat od roku 2008. V březnu téhož roku proběhla podle vzoru umělecké skupiny Improv Everywhere akce *Freezing Prague* ve vestibulu metra Muzeum. Nejspíše skrze webový portál www.flash-mob.cz a sociální sítě vznikla výzva, které se nakonec zúčastnilo podle programátora Jana Tichého okolo dvou tisíc aktérů. Jak popisuje Tichý, událost úspěšně naplnila Wasikův záměr ovládnout prostor: „*Přítomných bylo na Muzeu opravdu hodně. [...] Ale i navzdory stojícímu namačkanému davu nepřišel efekt hromadného zamrznutí vniveč. Lavinovitě se šířící ticho a strnutí bylo opravdu působivé. Mnozí účastníci se navíc roztrousili i dolů na nástupiště nebo naopak ven na Václavák. Zamrznutí se tak řetězovitě rozlilo daleko za prostor samotného vestibulu.*“¹⁵⁷ Zmrazení, které odstartoval příchozí člověk v oranžové kapuci, trvalo jednu minutu, dokud se dav opět nerozpochoval a nerozptýlil.¹⁵⁸ Pokyn zamrznout byl jednoduchý a zároveň nevyžadoval žádnou zvláštní přípravu. Úspěch proto motivoval organizátory a další fanoušky ke každoročnímu opakování na různých místech Prahy, například na Václavském¹⁵⁹ nebo Staroměstském náměstí.¹⁶⁰

Pravidelně se v hlavním městě od roku 2008 koná i pochod ožvlých mrtvých tzv. *Zombie Walk*. Přestože je *Zombie Walk* někdy považován za flash mob,¹⁶¹ je u tohoto průvodu důležitým aspektem především přesvědčivý herecký výkon a kostým. Spíše než mezi flash moby by se měla akce řadit k trendům tzv. *Cosplay* (Costume Play), což v překladu znamená kostýmová hra.¹⁶²

O rok později přišla ze zahraničí nová vlna zájmu o pořádání flash mobů, ovlivněná již zmíněnou taneční událostí společnosti T-mobile. Flash moby se tedy po vzoru zahraničních akcí staly produkčněji náročnější a přestalo být možné se

157 TICHÝ, Jan. Praha zamrzla aneb Freezing Prague 2008. *Jan Tichý* [online]. 19. 3. 2008 [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <http://www.jantichy.cz/blog/freezing-prague-2008>

158 Ve vestibulu metra "zmrzly" stovky lidí. *Novinky.cz* [online]. 18. 3. 2008 [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/koktejly/135649-video-ve-vestibulu-metra-zmrzly-stovky-lidi.html>

159 *Freezing Prague II.* [online]. 23. 11. 2009 [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <http://www.147.cz/archives/1495>

160 FREEZING PRAGUE 2010 - reportáž TV Nova. *Youtube* [online]. [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=rJt9cEc4ptU>

161 Flash mob. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Flash_mob

162 Cosplay. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Cosplay>

do nich zapojit bezprostředně před začátkem. Zpravidla je totiž nutné o akci vědět s dostatečným předstihem a zajistit si rekvizitu, například polštářek pro účast na polštářových bitvách,¹⁶³ nebo se naučit taneční kroky, písně či hudební skladby. Flash moby získaly mnohem divadelnější charakter a jejich realizace začala v některých případech vyžadovat nácvič a předchozí uměleckou přípravu. Vznikla tedy potřeba režiséra, který by při přípravě performance zastával současně roli i inspicienta a dramaturga. Tím ovšem zanikla možnost zůstat v naprosté anonymitě. Akce se mnohem více přiblížily formátu skupiny Improv Everywhere.

Po zahraničním vzoru začaly flash moby v českém prostředí pořádat především různé kulturní instituce nebo zájmové skupiny. V roce 2013 uspořádala Filharmonie Brno se známým houslistou Pavlem Šporcem flash mob v nákupním centru *Vaňkovka*,¹⁶⁴ jehož cílem bylo motivovat více lidí k návštěvě koncertů vážné hudby. Irská taneční skupina Rinceoirí se v roce 2015 připojila k mezinárodním oslavám svátku svatého Patrika, patrona Irska, organizací irského flash mobu na Hlavním nádraží v Praze.¹⁶⁵

Z příkladů je patrné, že z masových akcí, které byly původně tvořené *obnoveným chováním*, se stala spíše vystoupení užší profesní nebo zájmové skupiny, která předvádí svou specifickou dovednost. Do velké míry se tím přiblížily konceptu tzv. *buskingu*, pouličnímu umění, jenž označuje jakékoliv umělecké vystupování ve veřejném prostoru.¹⁶⁶ Post-wasikovský flash mob si ovšem na rozdíl od buskingu nenárokují žádnou odměnu, včetně pouhého potlesku. Aktéři i v této novodobé podobě flash mobu zpravidla odcházejí z místa bez úklony a záměrně nereagují na potlesk diváků. Flash mob má velice jasně vymezenou dobu trvání a není možné jej jakkoliv prodlužovat nebo performance opakovat.

V případě oslavy mezinárodních dnů, například mezinárodního dne tance, se

163 PROUZA, Vladislav. Polštářová bitva v Hradci přilákala stovky bojovníků. *Novinky.cz* [online]. Borgis, a. s., 1. 4. 2017 [cit. 2018-06-03]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/koktejl/433902-polstarova-bitva-v-hradci-prilakala-stovky-bojovniku.html>

164 Filharmonie Brno natočila flash mob!. *Youtube* [online]. 26. 6. 2013 [cit. 2018-06-03]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=xYrieSaPNFk>

165 St. Patrick dance - Praha, Hlavní nádraží 17. 3. 2015. *Youtube* [online]. 18. 3. 2015 [cit. 2018-06-03]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=NvXyvVGSBaq&t=38s>

166 FLORIÁN, Jonáš. *BUSKING - Pouliční performance*. Brno, 2017. Diplomová práce. Janáčkova akademie múzických umění v Brně, Divadelní fakulta, s. 9.

však české flash moby v obměně cyklicky opakují a diváci, kteří by si chtěli účast v některých flash mobech vyzkoušet se tak mohou zapojit další rok. Mezi pravidelné flash mobové události u nás patří například oslava mezinárodního dne tance, kterou již několik let v České republice pořádá spolek Vize tance o. s., nebo mezinárodní den tance rueda de casino, jenž v Praze pravidelně iniciuje taneční škola Salsa cubana con Leon. Právě oslava kubánského tance z roku 2018 je předmětem terénního výzkumu, jehož hlubší analýza je uvedena v následující kapitole této diplomové práce. Součástí této části práce je také fotografická dokumentace zařazená v příloze.

5. INTERNATIONAL RUEDA FLASHMOB 2018 PRAGUE

Akce *International Rueda Flashmob Prague* je součástí celosvětové oslavy kubánského skupinového tance *rueda de casino*, který se pravidelně od roku 2014 slaví na přelomu března a dubna.¹⁶⁷ První flash mob iniciovali tanečníci ze Slovinska a každoročně se jej účastní taneční školy a kluby z více než 50 zemí z celého světa.¹⁶⁸

Rueda de casino je kruhový tanec podobný kubánské *salse*, který vznikl nejspíše již v 18. století. Jako *rueda de casino* je však znám od padesátých let 20. století, kdy kvůli zákazu hazardních kasin na Kubě vznikly z prostor taneční sály. Místa se i nadále nazývala kasina a pro tanec se vžilo označení, které v překladu znamená „kolo z kasina“.¹⁶⁹ S kubánskými imigranty se poté tento typ taneční zábavy dostal na americké pobřeží, odkud se jeho popularita rozšířila nejprve do všech amerických metropolí a později do celého světa.¹⁷⁰

Tanec v sobě kombinuje mnoho tanečních i kulturních folklórních vlivů a improvizace. Základem jsou různě obtížné *rueda* figury propojované v nejrůznějších variacích, občas prokládané zábavnými prvky, například výkřiky, tleskáním nebo dupáním. Souslednost celého tance určuje pokročilý tanečník, tzv. *El Cantante*, který jednotlivé figury zpravidla španělsky ostatním tanečnickům během tance s předstihem hlásí. *Rueda de casino* také využívá specifického uspořádání v kruhu k průběžnému střídání tanečních partnerů. Velikost tanečního kruhu není nijak omezena, pouze je vždy nutné zachovat sudé číslo, protože tanec probíhá v páru.

V České republice se flash mobu od prvního celosvětového ročníku tradičně účastní pražská taneční škola *Salsa cubana con Leon*. Od roku 2017 se k oslavám připojila *Salsa Rueda Ostrava* a v roce 2015 se konal *rueda de casino flash mob* také v Brně.

¹⁶⁷ *International Rueda de Casino Multi Flash Mob Day* [online]. [cit. 2018-05-08]. Dostupné z: <https://flashmob.dileque.si/index.php>

¹⁶⁸ *International Rueda Flashmob 2018. Salsarueda.dance* [online]. [cit. 2018-05-08]. Dostupné z: <http://flashmob.salsarueda.dance/en/>

¹⁶⁹ *Rueda de Noche s Leonem. La Macumba* [online]. [cit. 2018-05-08]. Dostupné z: <http://www.lamacumba.cz/rueda-de-casino-s-leonem-kazdy-ctvrtek/>

¹⁷⁰ *Rueda de Casino*. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2018-05-08]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Rueda_de_Casino

5.1. Popis události 7. dubna 2018

Taneční oslavy rueda de casino v roce 2018 se konaly v sobotu 7. dubna. Při této příležitosti pražská taneční škola Salsa Cubana con Leon vytvořila s dvouměsíčním předstihem na sociální síti *Facebook* veřejnou pozvánku, která zvala všechny mírně pokročilé tanečníky, aby si přišli zatančit si na Hradčanské náměstí od 16:15 do 16:30 hodin.¹⁷¹ Jedinou podmínkou účasti byla předchozí, alespoň jednoletá taneční zkušenost a účast na nácviku rueda figur v tanečním klubu *La Macumba*.¹⁷²

V den i hodinu konání akce bylo slunečné počasí a ke komplexu Pražského hradu vyrazili na procházku nejen turisté, ale i místní obyvatelé. Přesto se všichni zdržovali u Brány gigantů a většina Hradčanského náměstí byla, až na výjimky krátce parkujících turistických mikrobuseů a historických aut, prázdná (Obr. 1). Na úrovni plynové lampy u průchodu ke Šternberskému paláci poté mlčky postávala asi čtyřicetičlenná skupina, která poslouchala informace od muže ve slunečních brýlích (Obr. 2). Mohlo by se zdát, že se jedná o turistickou prohlídku, ovšem skupinu již od plynové lampy sledovalo i několik přihlížejících (Obr. 3).

V 16:13 začala ze dvou poměrně silných reproduktorů, umístěných taktéž vedle brány ke Šternberskému paláci (Obr. 4), hrát kubánská hudba. Skupina se trochu rozestoupila a nejprve pár vteřin sledovala několik párů, které se z houfu oddělily a tanečním krokem se přesunuly více do prostoru náměstí (Obr. 5). Tanečníci a hlasitá hudba ihned přitáhli pozornost turistů, kteří začali od Matyášovy brány mířit blíže k novému centru dění (Obr. 6).

Mezitím začínalo tančit čím dál tím více párů, nejprve nepravidelně v různé vzdálenosti od sebe, během jedné minuty však již tančili všichni, uspořádání do většího a menšího kruhu (Obr. 7). Okolo této taneční formace pak přirozeně vznikl ještě třetí kruh z diváků, z nichž mnozí točili událost na své mobilní telefony nebo fotoaparáty (Obr. 8). V průběhu akce se ještě vnější taneční kruh

171 Rueda Flashmob (07.04.18, Praha) / Mezinárodní den Rueda De Casino na Hradčanském náměstí. *Youtube* [online]. [cit. 2018-05-08]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=a05rPmUpi6g>

172 International Rueda Flashmob 2018 Prague. *Facebook* [online]. [cit. 2018-05-08]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/events/869414636575316/>

zvětšil o další páry, většina se však zapojila do dvou minut od spuštění hudby.

Podobně jako v tančírnách, i nyní hlavní lektor taneční školy oznamoval jednotlivé taneční figury. V 16:18 již přihlížející tvořili okolo tanečnicků trojstup a kvůli pořizování záběrů začali zvedat své tablety a mobily nad hlavu (Obr. 9).

V 16:19 dohrála hudba a diváci a někteří účinkující přirozeně začali tleskat. Skupina však setrvala na svých pozicích a opět začala tančit s další skladbou. Počet tanečnicků se již nezvětšoval, pouze se připojovali další turisté, které očividně choreografie, prokládaná zábavnými prvky evokující dětské tleskačky, bavila podobně jako samotné aktéry (Obr. 10). Těsně před koncem nebyla hudba tolik slyšet, protože před reproduktory na chvíli zaparkovali svůj vůz popeláři (Obr. 11) a působilo jim problémy projet davem dále ve směru do Kanovnické ulice.

Po skončení další písně již potlesk nezazněl a tanečníci se bez úklony společně pozvolna vrátili do rohu náměstí, kde měla většina své osobní věci (Obr. 12). Mnozí aktéři také tento okamžik využili jako příležitost krátce si popovídat s ostatními tanečnickými, případně se připojili ke svým známým mezi diváky (Obr. 13). V 16:25 proběhlo ještě společné focení (Obr. 14) a skupinu si vyfotilo i několik diváků, kteří ještě na místě chvílku po skončení flash mobu vyčkávali. Krátce na to také nedaleko zaparkovalo auto, odkud si tanečníci vyzvedli batohy a tašky (Obr. 15). Někteří z nich pak ještě chvílku postávali v okolí, dokud se nakonec všichni postupně nerozešli.

5.2. Scénický prostor

Akce se konala na Hradčanském náměstí, podobně jako předchozí ročníky v letech 2015 až 2017. Výjimkou je pouze první rok 2014, kdy pořadatelé zvolili pro místo konání okolí před Rudolfinem na Palachově náměstí.¹⁷³

Jako taneční prostor má Hradčanské náměstí nepochybně řadu praktických výhod. U flash mobu je obtížné odhadnout, kolik se ho při samotné události zúčastní tanečníků, přestože pořadatelé mohou předpokládat, že se bude jednat o podobný počet jako při povinném, předcházejícím nácviku. Rueda del casino je však tancem natolik rozšířeným a univerzálním, i díky oznamovateli figur *El Cantante*, že je pravděpodobné, že se do něj mohou zapojit tanečníci z jiných měst či zemí. Jednoduché taneční figury jsou většinou na několik dob a skládají se z opakování drobných kroků ve svižném tempu. Krokové variace nejsou obtížné, naučit se je může kdokoliv bez ohledu na věk. Figury pak spočívají ve střídání různých otoček a výměn, aby se docílilo průběžného střídání tanečních partnerů. V současnosti již také není nutné navštěvovat taneční studio, ale je možné se tanec naučit pomocí amatérských i profesionálních výukových videí na internetu.¹⁷⁴

Hradčanské náměstí bohužel nemá nejlepší taneční povrch, ale zato je jeho nespornou výhodou dostatečně velký a bezpečný prostor bez aut a segwayů, který významně ovlivňuje příjemnost místa.¹⁷⁵ Pěší zóna také představuje obnovenou příležitost se navzájem slyšet nebo poslouchat hudbu.¹⁷⁶ O to snadnější je poté právě hudbou přitáhnout pozornost a flash mob se tak velice snadno stane nevšední městskou atrakcí.

Díky rozloze náměstí a krátkodobému trvání akce také není nutné zajišťovat zábor veřejného prostranství u příslušného správního úřadu. Zároveň se jedná o oblíbenou turistickou lokalitu, přirozeně se tedy akci dostane pozornosti náhodných kolemjdoucích. Podle doporučení by dokonce pořádající školy neměly

173 Prague flash mob of Rueda de Casino. *Youtube* [online]. 29. 3. 2014 [cit. 2018-05-28].

Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=aaKWNsoIXew>

174 La Rueda for Begginers, 10 Simple Moves. *Youtube* [online]. 25. 8. 2012 [cit. 2018-06-23].

Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=iZ-y4dAcmWg&t=51s&frags=pl%2Cwn>

175 GEHL, Jan. *Život mezi budovami: užívání veřejných prostranství*. Boskovice: Albert, 2000. ISBN 80-85834-79-0, s. 173.

176 GEHL, cit. 175, s. 169.

s předstihem veřejně ohlašovat přesnou lokalitu, tu by měli znát pouze zapojení tanečníci.¹⁷⁷ Záměrem je tedy podobně jako u původních Wasikových mobů zachovat moment překvapení. Pražská taneční škola Salsa cubana con Leon sice tento pokyn porušuje, přesto je z popisu události 7. dubna 2018 patrné, že se pro většinu diváků jedná o nečekanou zkušenost.

Hradčanské náměstí má také velice specifický symbolický význam. Již ve 14. století bylo Hradčanské náměstí ústředním prostorem Hradčan, později se díky prominentním obyvatelům stalo významným centrem světské, kulturní i církevní moci.¹⁷⁸ Tato specifická tradice místa přetrvala dodnes, kdy se náměstí společně s Václavským náměstím stává častou lokalitou protestů a demonstrací. Brána gigantů sousedící s Hradčanským náměstím je také nejreprezentativnějším vchodem do Pražského hradu, sídla hlavy státu, a slouží jako místo pro uvítání významných hostů a státních návštěv.

Zkoumané náměstí je tedy svými předpoklady ideálním místem k zastavení, kde již lidé nesetrvávají pouze z funkční povinnosti, například když se musí zastavit na přechodu, ale z vlastního zájmu.¹⁷⁹ Dánský architekt a profesor urbanismu Jan Gehl, zabývající se architektonickou strukturou měst, upozorňuje také na potřebu dobré viditelnosti, protože zprvu se lidé budou shromažďovat u okrajů náměstí, poblíž sloupů, aby se mohli dívat, ale zároveň nebyli příliš vidět.¹⁸⁰

Dle sociologického pojetí Erwina Goffmana je možné Hradčanské náměstí scénickou akcí rozdělit na přední a zadní region. Regiony Goffman definuje jako místo ohraničené do určitého stupně bariérami vnímání. Rozlišuje poté *přední region*, kde probíhá představení a kam směřuje ohnisko vizuální pozornosti, a *zadní region*, který naopak slouží k návratu do reality a vystoupení z role.¹⁸¹ Z divadelního pohledu se v podstatě jedná o dělení na scénu a zákulisí.

V případě flash mobu *Rueda de Casino* je patrné, že průchod u Štenberského paláce (Obr. 2), co nejméně exponovaný v prostoru, sloužil pro aktéry jako zadní

177 *Internacional Rueda de Casino Multi Flash Mob Day*, cit. 167.

178 JŮZLOVÁ, Jana, Antonín KOČÍ a Naďa ŠPETLÁKOVÁ, ed. *Česko*. V Praze: Knižní klub, 2005. Universum (Knižní klub). ISBN 80-242-1525-x, s. 135.

179 GEHL, cit. 175, s. 149.

180 GEHL, cit. 175, s. 151.

181 GOFFMAN, Všichni hrajeme divadlo, cit. 54, s. 108 – 114.

region, kde si odložili své osobní věci, měli příležitost pozdravit se se svými známými a ještě nebyli rušeni diváky. Přední region se poté utvořil v okolí plynové lampy taneční akcí (Obr. 7) a současně také hudbou, která přitáhla pozornost prvních diváků. Po skončení události ovšem došlo ke sloučení obou regionů, neboť se pozornost diváků otočila směrem k zadnímu regionu, který nebyl fyzicky jakkoliv oddělen. Tanečníci po skončení performance přirozeně směřovali do svého zákulisí k odpočinku, někteří diváci se však ještě na místě zdržovali a vyčkávali, zda se událost nebude opakovat. Společné focení, přestože by jinak proběhlo nejspíše v zadním regionu, se tak odehrávalo v nově utvořeném předním regionu.

5.3. Aktérství a diváctví

Hlavními aktéry flash mobu se nepochybně stali tanečníci pod vedením *EI Cantanta* a organizátora celé akce Leona Bemba, který během celé události z divadelního hlediska vykonával funkci režiséra. Všichni tanečníci dříve nebo později po spuštění hudby přebrali aktivní úlohu a zapojili se do dění. V případě flash mobů je ovšem hranice mezi aktérstvím a diváctvím velice tenká. Trendem posledních let totiž je, že se aktéři zapojí nikoliv synchronně najednou, ale postupně.

Ve flash mobu od společnosti T-mobile z roku 2009 začne v prostoru zprvu tančit pouze jediný aktér. Ostatní aktéři jsou již na místě, ale zprvu na tančícího aktéra záměrně reagují podobně překvapeně, jako náhodní diváci. Ti jsou zaujati touto performancí a zpravidla netuší, že se bude počet aktérů dále zvyšovat. Postupně si přibývajících tanečníci přivlastní celý prostor. Flash mob tak na rozdíl od jiných hromadných akcí, třeba společného zamrznutí, graduje svým postupným zvětšováním zapojeného davu. Podobný princip využil i orchestr v městě Sabadell a obecně přispívá k prodloužení momentu překvapení a zmatení. Ze strany aktérů, kteří nejprve předstírají, že jsou diváky a následně se promění v aktivní účastníky mobu, aniž by to náhodní kolemjdoucí tušili, dochází od počátku flash mobu k již dříve zmíněné Schechnerově *zastřené hře*.

V momentě, kdy divák vyhodnotí dění okolo sebe jako performanci, může svou pozornost zaměřit na samotný flash mob nebo naopak posilovat ludičnost celé akce tím, že bude hledat pohledem mezi publikem *zastřené hráče*, kteří nyní pouze hrají roli diváka. Pro některé se tedy i diváci v předním regionu mohou stát aktéry,¹⁸² podobně jako popisuje interakci s pouličním hudebníkem Viktor Černický v příspěvku *Aktéři a diváci veřejných udalostí*.¹⁸³

Problematice diváctví se Viktor Černický věnuje také ve své bakalářské práci *Teatralita indie koncertov: scéna nezávislá od hudby*,¹⁸⁴ ve které na koncerty současné hudby aplikuje koncept tří zón participace, jenž přejal od profesorky

182 Jsou to mnohdy právě diváci, kteří vzbudí u náhodných chodců zájem o samotnou událost.

183 ČERNICKÝ, Viktor. Aktéři a diváci veřejných udalostí. *Theatralia: revue současného myšlení o divadelní kultuře*. Brno: Masarykova univerzita, 2014, **2014**(1). ISSN 1803-845X.

184 ČERNICKÝ, Viktor. *Teatralita indie koncertov: scéna nezávislá od hudby*. Brno, 2013. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta.

antropologie na losangelské Glendale Community College Wendy Fonarowové. Tento princip je poté možné aplikovat také na diváctví během zkoumaného flash mobu. *První zónu*, vyznačovanou nejsilnějším projevem podpory a zapojení, tvořila první řada diváků, která ruada de casino sledovala se zaujetím a reagovala emoční odezvou na nejrůznější zábavné taneční kreace tanečníků (Obr. 10). Obdobně jako u dalších tvůrčích procesů také u flash mobu totiž dochází k tzv. *vnitřně hmatovému vnímání*, na který v českém kontextu upozornil především estetik Otakar Zich v knize *Estetika dramatického umění*:

„Pozorujeme-li jednání jiných lidí, ať v životě, či na scéně, vybavujeme si své vlastní zkušenosti motorické zcela bezděčně, ani o tom nevědouce; vybavují se nám tím hojněji a mocněji, čím dokonaleji se do jednání druhých vžíváme, což zajisté činíme právě při vnímání divadelním. Ba nevybavují se nám pak jen pouhé motorické představy; mimoděk jsme strženi k vlastnímu napodobení toho, co vidíme a slyšíme, a to aspoň v jakýchsi náznacích, tak řečených inervacích, jež však zaplna postačí, abychom se do jednání jiných plně vžili.“¹⁸⁵

Tato svalová a emoční odezva diváka pak byla prokázána ve výzkumu italského neurologa Giacoma Rizzolattiho a jeho spolupracovníků v roce 1996. Při pokusu s opicemi druhu makak došel Rizzolatti k neuropsychologické teorii o tzv. *zrcadlových neuronech*, které se aktivují nejenom v případě, kdy člověk vykonává specifický pohyb, ale i pokud vidí někoho jiného takový pohyb provádět.¹⁸⁶ Právě tyto neurobiologické a neurokognitivní modely, které se nachází na jedné ze stran koncového mozku, nám pomáhají lépe porozumět nejenom běžnému dění v našem okolí, ale současně také lépe vnímat různé umělecké formy.¹⁸⁷

Jiří Kulka v publikaci *Psychologie umění* uvádí citaci italského filozofa Gilla Dorflese, která dokládá sílu tance jako silného stimulu zrcadlových neuronů:

„Přihlížet rytmickému sledu tělesných pohybů, zvláště za doprovodu hudby, je neodolatelně nakažlivé. A jestliže lze touto nákazou vysvětlit magickou a

185 ZICH, Otakar a Ivo OSOLSOBĚ. *Estetika dramatického umění: teoretická dramaturgie*. 2. (v Panoramě 1.) vyd. Praha: Panorama, 1986. *Dramatické umění* (Panorama), s. 39.

186 MUSILOVÁ, Martina. *Gesto a Dialogické jednání. Theatralia: revue současného myšlení o divadelní kultuře*. Brno: Masarykova univerzita, 2011, **14**(2), 89-107. ISSN 1803-845X.

187 ŠÍPEK, Jiří. *Psychologické souvislosti scénické tvorby*. Praha, 2010. Disertační práce. Akademie múzických umění v Praze.

hysterickou účast přírodních nebo starověkých národů na kmenových tancích, lze jí také vysvětlit dnešní účast na kolektivních tanečních a džezových podnicích."¹⁸⁸

Druhou zónu dle míry participace tvořili diváci sledující flash mob skrze hledáčky nebo obrazovky mobilních telefonů, tabletů či fotoaparátů. Míra jejich zapojení již nebyla natolik silná jako u první řady, kde docházelo k aktivaci zrcadlových neuronů a diváci se usmívali a pohupovali. Podobně jako u koncertů totiž při sledování performance skrze elektroniku dochází k přerušení kontaktu mezi aktérem a divákem a tedy i k polovičnímu zážitku.¹⁸⁹

Třetí zónu poté tvořili diváci, kteří již neměli přes další diváky a zvednutá mobilní zařízení dobrý výhled. Namísto soustředěného sledování události se tu tedy pozornost diváků tříštila mezi vlastní sociální interakci a občasné sledování flash mobu. Příkladem může být skupinka mladých turistů, kterým dala hudba a jednotlivé taneční prvky podnět k vlastnímu parodickému pokusu o tanec s otočkami (Obr. 16). Vypadli tedy z přímého účastenství jako diváci, ale současně se stali aktéry pro další okolní přihlížející. Třetí zónou také procházeli diváci, kteří zvolili ostentativně nedívání se a nezapojování se.

Kromě diváctví diváků a přímého diváctví ve třech zónách participace je v kontextu flash mobů neméně podstatné také mediální diváctví. Především diváci v druhé zóně událost natáčeli či fotili se záměrem uchovat si vzpomínku, zážitek zdokumentovat a následně jej sdílet s dalšími lidmi. Se záznamem performance ovšem vyvstává otázka, zda je opravdu zkušenost z flash mobu přenositelná a autentická. Touto problematikou se v divadelním kontextu zabývají například američtí teoretici Peggy Phelanová a Philip Auslander. V kontextu flash mobu však zpravidla nedochází k pokusu o vytvoření nového uměleckého artefaktu. Autor záznamu se samozřejmě snaží o estetizaci záběrů a co nejlepšího zachycení činnosti aktérů a publika, ale záznam má spíše dokumentační ráz, podle kterého jsme v ideálním případě schopni zpětně událost rekonstruovat a kriticky o ní uvažovat.¹⁹⁰ Účelem záznamu není zachytit tzv. živost flash mobu, ale jak uvádí francouzský teoretik Roland Barthes, dosvědčit cosi zrušeného, co

188 KULKA, Jiří. *Psychologie umění*. Praha: Grada, 2008. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-2329-7, s. 285.

189 ZOMORODI, Manoush. If you really want to remember a moment, try not to take a photo. *TED* [online]. 7. 9. 2017 [cit. 2018-06-24]. Dostupné z: <https://ideas.ted.com/if-you-really-want-to-remember-a-moment-try-not-to-take-a-photo/>

190 KOPŘIVOVÁ, Petra. *Problematika dokumentování a záznamu performance art*. Brno, 2010. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, s. 79.

vskutku bylo.¹⁹¹ V dnešní době sebe prezentace a kyberkomunikace je navíc důležité dosvědčit vlastní přítomnost a zájem o tento typ populárních událostí. Video tak nemá ani tolik umělecké ambice, ale je spíše nástrojem pro upevnění sociálního statusu v určité sociální struktuře, například na sociálních sítích.

191 BARTHES, Roland. *Světlá komora: vysvětlivky k fotografii*. Bratislava: Archa, 1994. Filosofie do kapsy. ISBN 80-7115-081-9. s. 74.

6. ZÁVĚR

Přestože se téma mé bakalářské a magisterské práce zdánlivě nepodobá, u obou textů dochází ke zkoumání společenské hry, která se postupně přerodila v komplexnější scénický tvar. Wasikovy newyorské flash moby byly vnímány především jako mimoumělecká činnost složená z jednoduchých pokynů, tzv. *obnoveného jednání*, určená k rozptýlení každodenního stereotypu hipsterů. Mělo se jednat o provokativní, krátké aktivity bez hlubšího záměru a smyslu, které jako hlavní ludický princip využívaly anonymitu a snahu přivlastnit si komerční, uzavřený prostor.

Wasikův koncept byl natolik jednoduchý a zároveň přitažlivý, že záhy došlo k rozšíření tohoto fenoménu do všech světových metropolí. Zájem poté na několik let utichl, dokud flash mobu nevyužila britská reklamní agentura Saatchi & Saatchi a neuspořádala taneční událost na Liverpool Street Station. Záznam akce se stal pomocí internetového serveru *Youtube* virálně sdílený, i díky zachycení reakcí nicnetušících kolemjdoucích, a podnítil novou vlnu zájmu pořádat tento typ produkcí pro širokou konzumní veřejnost. Z flash mobů se ovšem vytratilo spontánní dění v rámci několika málo pokynů a bylo nahrazeno rafinovanější a výraznější scéničností a režii.

V českém prostředí probíhaly ještě před vznikem amerického fenoménu performance nazvané *reality hacks*, jejichž cílem bylo narušit každodenní realitu náhodných kolemjdoucích. Přestože Adam Javůrek uvádí, že právě tyto *reality hacks* byly přímými předchůdci amerického flash mobu, je z diplomové práce patrné, že každá z těchto forem měla v počátku mezi roky 2002 a 2003 odlišný záměr. Zájem o flash mob se poté v českém kontextu projevil především v návaznosti na druhou vlnu popularity. Jak ovšem přiznává Anna Kučerová ve své diplomové práci *Nové formy marketingu a jejich uplatnění v kulturních institucích* z roku 2014: „V porovnání se zahraničními akcemi vyznávají české flash moby zatím trochu křečovitě.“¹⁹² Kučerová dále toto tvrzení nijak nerozvíjí, nejspíše ovšem jde o produkční zvládnutí celé události a dosáhnutí podobného rozměru opulentnosti a fantastičnosti, které jsou také příčinou virálního sdílení.

192 KUČEROVÁ, cit. 5, s. 69.

V kontextu flash mobů a teatrality veřejných událostí je křečovitost možné hledat i v současném trendu české společnosti neprojevat se na veřejnosti a současně neschopnost vstupovat do výraznějších interakcí, jak o tomto fenoménu píše Martina Musilová ve svém příspěvku *Teatralita veřejných událostí – uvedení do problematiky*¹⁹³ z roku 2014. Důkazem může být má divácká zkušenost z oslav *Mezinárodního dne tance* v Brně 29. dubna 2018, kdy byl flash mob moderátorem předem oznámen a před samotným tancem následovalo krátké zkoušení s instruktáží. Do této přípravy se ovšem přítomní diváci odmítali zapojit, protože připravená choreografie byla poměrně krokově náročná a zároveň se ji účastnila pouze necelá desítka tanečníků (Obr. 17). Akce tak nenabízela dostatečnou, alespoň částečnou anonymitu, které by bylo možné dosáhnout velkým počtem aktérů.

Domnívám se tedy, že Češi získávají odvahu výrazněji se projevat na veřejnosti především v rámci známého kolektivu, tak jak tomu bylo při flash mobu na oslavu kubánského tance *rueda de casino*. Takových událostí se ovšem přirozeně nebudou účastnit tisíce lidí a akce se stávají komornější. Srocný dav je zpravidla dostatečně velký, aby na sebe upoutal pozornost, ale rozhodně si již nedokáže svým jednáním prostor podmanit a proměnit jeho vnímání a funkci. Je tedy možné, že v budoucnu bude flash mob z veřejných prostranství ustupovat do menších a soukromých prostor a po západním vzoru bude spíše zpestřením rodinných oslav či neobvyklým způsobem žádosti o ruku. Čím dál tím více totiž zaniká poetika Wasikových mobů a je naopak nahrazena touhou ocitnout se na několik okamžiků v muzikálu. Obloukem se tak opět vrátíme k potřebě osobního naplnění a poptávce po vnitřním prožitku. Tuto tendenci je možné sledovat například v souvislosti s uvedením hollywoodského muzikálového hitu *Největší showman* (*The Greatest Showman*, 2017) a popularitou emancipační písně *This is me*. Bohužel je tento výzkum uzavřen k červnu 2018, v srpnu téhož roku se však v Praze dle facebookové události plánuje taneční flash mob právě na píseň *This is me* jako součást doprovodného programu festivalu gay hrdosti *Prague Pride*. Doufám však, že se nejedná o poslední odbornou práci zabývající se problematikou flash mobu a diplomový projekt podnítí a inspiruje českou divadelní obec k dalšímu studiu a výzkumu.

193 MUSILOVÁ, Martina. *Teatralita veřejných událostí – uvedení do problematiky*. *Theatralia: revue současného myšlení o divadelní kultuře*. Brno: Masarykova univerzita, 2014(1). ISSN 1803-845X.

7. SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

ALLAIN, Paul. a Jen. HARVIE. *The Routledge companion to theatre and performance*. New York: Routledge, 2006. ISBN 0-415-25720-4.

BARTHES, Roland. *Světlá komora: vysvětlivky k fotografii*. Bratislava: Archa, 1994. Filosofie do kapsy. ISBN 80-7115-081-9.

BBC News [online]. Londýn, 2004. Dostupné z: <http://news.bbc.co.uk>

BENNETT, Andy a Brady ROBARDS. *Mediated youth cultures: the internet, belonging and new cultural configurations*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014. ISBN 978-1-137-28701-4.

BLAHOVÁ, Hana. *Konzumní společnost a konzumní kultura*. Brno, 2014. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií.

BOR, Vladimír. *Recese*. Praha: Paseka, 1993. ISBN 80-85192-35-7.

Brouzdej.cz [online]. Dostupné z: <http://brouzdej.cz/>

Cambridge Dictionary [online]. Cambridge University Press, 2017. Dostupné z: <http://dictionary.cambridge.org/>

CARLSON, Marvin. *Theatre: a very short introduction*. Oxford: Oxford University Press, 2014. Very short introductions, 402. ISBN 978-0-19-966982-0.

CASTRODALE, Lindsey. Flash Mobs and Viral Marketing. In: *Lindsey Castrodale* [online]. 2011. Dostupné z: <https://lcastrodale.files.wordpress.com/2011/06/flash-mobs-and-viral-marketing-lindsey-castrodale.pdf>

ČERNICKÝ, Viktor. Aktéri a diváci veřejných udalostí. *Theatralia: revue současného myšlení o divadelní kultuře*. Brno: Masarykova univerzita, 2014, **2014**(1). ISSN 1803-845X.

ČERNICKÝ, Viktor. Teatralita indie koncertov: scéna nezávislá od hudby. Brno, 2013. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta.

DEBORD, Guy. *Společnost spektaklu*. Praha: Intu, 2007. ISBN 978-80-903355-5-4.

DIJK, Jan Van. *The network society*. 3rd ed. London: SAGE, 2012. ISBN 1446248968.

DUFKOVÁ, Petra. *Současná postmoderní společnost: vznik a vývoj, klasifikace, Česká republika*. Brno, 2017. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta.

English: Oxford Living Dictionaries [online]. Dostupné z: <https://en.oxforddictionaries.com/>

FAK, Marek. Masa a žert. *Respekt*. *Economia*, 2003, **2003**(35). ISSN 0862-6545.

FINKEOVÁ, Nataša. *Kritika konzumní společnosti u Ericha Fromma a jeho následovníků*. Plzeň, 2013. Diplomová práce. Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta filozofická.

FLORIÁN, Jonáš. *BUSKING - Pouliční performance*. Brno, 2017. Diplomová práce. Janáčkova akademie múzických umění v Brně, Divadelní fakulta.
Freezing Prague II. [online]. 23. 11. 2009. Dostupné z: <http://www.147.cz/>

GAILEY, Benjamin Joseph. *The Performance and Reception of Flash Mobs: Authenticity, Youtube and the Fantastic*. Urbana, Illinois, 2015. Disertační práce. University of Illinois.

GEHL, Jan. *Život mezi budovami: užívání veřejných prostranství*. Boskovice: Albert, 2000. ISBN 80-85834-79-0.

GIESL, Tomáš. *Rozšířená realita jako nové médium pro situacionistické strategie*. Brno, 2017. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta.

GOFFMAN, Erving. *Všichni hrajeme divadlo: sebeprezentace v každodenním životě*. Praha: Nakladatelství Studia Ypsilon, 1999. ISBN 80-902482-4-1.

HAIDT, Jonathan. *Morálka lidské mysli: proč lidstvo rozděluje politika a náboženství*. Praha: Dybbuk, 2013. ISBN 8074380904.

HEANEY, Francis. *The Short Life of Flash Mob: Who'd have thought a single email designed to mock New York scenesters would have turned into an international craze?* In: *Alternet: Media* [online]. 2005. Dostupné z: <http://www.alternet.org/story/26807/the-short-life-of-flash-mobs>

HEWITT, Giles. *Flash mobs: a new social phenomenon?* In: *News in Science* [online]. New York, 2003. Dostupné z: <http://www.abc.net.au/science/news/stories/s913314.htm>

HLAVICA, Marek. *Richard Schechner. Divadelní revue*, 2009, roč. 2009, č. 4. ISSN 0862-5409.

HYVNAR, Jan. *O Schechnerově úvodu do performatiky. Disk: časopis pro studium dramatického umění*. Praha: Nakladatelství AMU, 2008, **25**(září). ISSN 1213-8665.

IDNES.cz [online]. Dostupné z: <https://zpravy.idnes.cz>

Improv Everywhere [online]. Improv Everywhere Productions, 2017. Dostupné z: <https://improveverywhere.com>

International Rueda de Casino Multi Flash Mob Day [online]. Dostupné z: <https://flashmob.dileque.si>

Jan Tichý [online]. Dostupné z: <http://www.jantichy.cz/>

JANEČEK, Igor. *Konzumní kultura jako morální problém*. Brno, 2016. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Pedagogická fakulta.

JAVŮREK, Adam. Bleskový konec náhlých davů. *Respekt*. *Economia*, 2003, **2003**(38). ISSN 0862-6545.

JURÁŠKOVÁ, Olga, Pavel HORŇÁK a kolektiv. *Velký slovník marketingových komunikací*. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4354-7.

JŮZLOVÁ, Jana, Antonín KOČÍ a Naďa ŠPETLÁKOVÁ, ed. *Česko*. Praha: Knižní klub, 2005. Universum (Knižní klub). ISBN 80-242-1525-x.

KOPŘIVOVÁ, Petra. *Problematika dokumentování a záznamu performance art*. Brno, 2010. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta.

KOTTE, Andreas. *Divadelní věda: úvod*. Praha: KANT pro AMU v Praze, 2010. Disk (Akademie múzických umění v Praze). ISBN 978-80-7437-019-9.

KUČEROVÁ, Anna. *Nové formy marketingu a jejich uplatnění v kulturních organizacích*. Praha, 2014. Diplomová práce. Akademie múzických umění v Praze.

KULKA, Jiří. *Psychologie umění*. Praha: Grada, 2008. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-2329-7.

Larpédie [online]. Dostupné z: <http://wiki.larpy.cz/>

LÉVY, Pierre. *Kyberkultura: zpráva pro Radu Evropy v rámci projektu Nové technologie: kulturní spolupráce a komunikace*. Praha: Karolinum, 2000. ISBN 80-246-0109-5.

LIPOVETSKY, Gilles. *Éra prázdnoty: úvahy o současném individualismu*. V českém jazyce vyd. 4. Přeložila Helena BEGUVINOVÁ. Praha: Prostor, 2008. Střed (Prostor). ISBN 978-80-7260-190-5.

LIPOVETSKY, Gilles. *Paradoxní štěstí: esej o hyperkonzumní společnosti*. Praha: Prostor, 2007. Střed (Prostor). ISBN 978-80-7260-184-4.

MALY, Ico a Pii VARIS. *The 21st-century hipster: On micro-populations in times of superdiversity*. *European Journal of Cultural Studies* [online]. 2016, **19**(6), 637-653 [cit. 2018-04-30]. DOI: 10.1177/1367549415597920. ISSN 1367-5494.

MALÝ, Martin. *Rozbiju ti hubu, hajzle!. Převážně neškodný...* [online]. 7. 9. 2003 [cit. 2018-05-06]. Dostupné z: <http://blog.maly.cz/index.php?item=419>

MATTERN, Mark. *Anarchism and Art: Democracy in the Cracks and on the Margins: SUNY series in New Political Science*. New York: SUNY Press, 2016. ISBN 978-1-4384-5919-6.

MELICHAROVÁ, Tereza. *Groteska v současném španělsky psaném dramatu*. Praha, 2014. Bakalářská práce. Akademie múzických umění v Praze, Divadelní fakulta.

MENŠÍKOVÁ, Tereza. *Vliv nových technologií na změny ve veřejném prostoru a performativní aspekt umění v něm*. Brno, 2014. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta.

Merriam-Webster Dictionary [online]. Merriam-Webster Dictionary, 2017. Dostupné z: <https://www.merriam-webster.com>

MOLNÁR, Virág. *Reframing Public Space Through Digital Mobilization: Flash Mobs and the Futility of Contemporary Urban Youth Culture*. In: *Scribd* [online]. 2012 [cit. 2016-12-02]. Dostupné z: <https://www.scribd.com/document/91277534/Reframing-Public-Space>

MORGANOVÁ, Pavlína. *České akční umění 60. - 90. let: Historie a problematika dobové reflexe a interpretace*. Praha, 2006. Disertační práce. Univerzita Karlova.

MULDOWNEY, Tom. T-Mobile Liverpool Street Station Advert Evaluation. *Slide Share* [online]. 31. 01. 2012. Dostupné z: <https://www.slideshare.net/TomMuldowney/tmobile-liverpool-street-station-advert-evaluation-11358757>

MUSILOVÁ, Martina. Gesto a Dialogické jednání. *Theatralia: revue současného myšlení o divadelní kultuře*. Brno: Masarykova univerzita, 2011, **14**(2), 89-107. ISSN 1803-845X.

MUSILOVÁ, Martina. Teatralita veřejných událostí – uvedení do problematiky. *Theatralia: revue současného myšlení o divadelní kultuře*. Brno: Masarykova univerzita, 2014(1). ISSN 1803-845X.

Novinky.cz [online]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/>

PAVIS, Patrice. *Divadelní slovník: [slovník divadelních pojmů]*. Praha: Divadelní ústav, 2003. ISBN 80-7008-157-0.

PERKS, Martyn. *A mob for no reason: Email gangs come together - and go away again*. In: *Sp!ked* [online]. 2003 Dostupné z: <http://www.spiked-online.com/newsite/article/5082#.WD15OYdBMdU>

Pooh.cz [online]. Praha, 2003. Dostupné z: www.pooh.cz

REJZEK, Jiří. K formální adaptaci anglicismů. *Naše řeč. Ústav pro jazyk český AV ČR*, 1993, **76**(1). ISSN 0027-8203.

RHEINGOLD, Howard. *Smart mobs the next social revolution: transforming cultures and communities in the age of instant access*. Reading, MA: Basic Books, 2007. ISBN 9780465004393.

RYBNÍČKOVÁ, Alena, Radek CHLUP, Martin PEHAL a Evelyne KOUBKOVÁ. *Happening: mezi záměrem a hrou*. Praha: Akademie múzických umění v Praze, 2015. ISBN 978-80-7331-377-7.

RYJÁČKOVÁ, Tereza. *The Flash Mobs: Phenomenon of Modern English Popular Culture*. Plzeň, 2014. Diplomová práce. Západočeská univerzita v Plzni.

RYŠAVÁ, Adéla. *Analýza využití nízkonákladových komunikačních kanálů*.

Brno, 2014. Diplomová práce. Masarykova univerzita.

Saatchi & Saatchi [online]. . Dostupné z: <http://saatchi.com/>

Salsarueda.dance [online]. Dostupné z: <http://flashmob.salsarueda.dance/en/>

SAVAGE, Sean. Europe's First Flash Mob. In: *Cheesebikini* [online]. San Francisco (CA), 2003. Dostupné z: <http://www.cheesebikini.com/?p=92>

SEIDLOVÁ, Tereza. *Vybrané problémy českých médií a novinářské profese na příkladu pronikání smyšlených událostí a recesistických obsahů do zpravodajství*. Praha, 2014. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd.

SEMIL, Małgorzata a Elżbieta WYSIŃSKA. *Slovník světového divadla 1945-1990*. Praha: Divadelní ústav, 1998. ISBN 80-7008-066-3.

SEMRÁD, Václav. *Postindustriální společnost, postmoderna a Daniel Bell*. Brno, 2006. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta.

Seznam.cz [online]. Dostupné z: <https://onas.seznam.cz/>

Shamengo: the living lab of the new world [online]. Dostupné z: <http://www.shamengo.com/>

SHMUELI, Sandra. 'Flash mob' craze spreads. In: *CNN* [online]. Londýn, 2003. Dostupné z: <http://edition.cnn.com/2003/TECH/internet/08/04/flash.mob/>

SCHECHNER, Richard. Approaches to Theory/Criticism. *The Tulane Drama Review* [online]. 1966, **10**(4). DOI: 10.2307/1125208. ISSN 0886800X.

SCHECHNER, Richard. *Performance theory*. Rev. and expanded ed. London: Routledge, 2003. ISBN 0-415-31455-0.

SCHECHNER, Richard a Sara. BRADY. *Performance studies: an introduction*. 3rd ed. New York: Routledge, 2013. ISBN 9780415502306.

STAUDKOVÁ, Hana. *K teoriím a konceptům Informační společnosti. Dichotomické pojetí*. Brno, 2006. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta.

SVOBODOVÁ, Alena. *Teatralita lidových slavností v Sivicích na Brněnsku*. Brno, 2015. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta.

ŠAFÁŘOVÁ, Kateřina. *Koncept síťových společností*. Brno, 2013. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií.

ŠÍPEK, Jiří. *Psychologické souvislosti scénické tvorby*. Praha, 2010. Disertační práce. Akademie múzických umění v Praze.

ŠTEFLÍČKOVÁ, Jana. *Happening*. Praha, 2007. Magisterská práce. Akademie múzických umění v Praze.

ŠUBRT, Jiří A KOLEKTIV. *Soudobá sociologie*. V Praze: Karolinum, 2008. ISBN 8024614863.

TORISKÁ, Lucia. *Happening a performancia v 60. letech 20. století v české kultúře*. Brno, 2013. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta.

Urban Dictionary [online]. Dostupné z: <https://www.urbandictionary.com/>

VACKOVÁ, Julie. *Možnosti reklamy v prostoru sociálních sítí*. Zlín, 2011. Diplomová práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně.

Viral svět [online]. Dostupné z: <https://www.viralsvet.cz/>

VOGIAZOU, Yanna. *Design for emergence: collaborative social play with online and location-based media: Frontiers in artificial intelligence and applications*, v. 153. Amsterdam: IOS Press, 2007. ISBN 978-1-58603-701-7.

VOSTRÝ, Jaroslav. *Scénování v době všeobecné scénovanosti: (úvod do scénologie)*. Praha: KANT, 2012. Disk (Akademie múzických umění v Praze). ISBN 978-80-7437-081-6.

WALKER, Rebecca. Flash Memory: A History of Flash Mobs. In: *Communication Currents: Knowledge for Communicating Well* [online]. 2013. Dostupné z: <https://www.natcom.org/CommCurrentsArticle.aspx?id=3846>

WASIK, Bill. My Crowd: Or, Phase 5: A report from the inventor of the flash mob. In: *Harper's Magazine* [online]. New York, 2006. Dostupné z: <http://harpers.org/archive/2006/03/my-crowd/>

WASIK, Bill. The Mob Project. In: *Bill Wasik Blog* [online]. 2009. Dostupné z: http://billwasik.com/post/104403795/the-mob-project#disqus_thread

Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001-. Dostupné z: <https://en.wikipedia.org/>

Youtube [online]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/>

ZACHOVAL, David. *Člověk a hra: Pokus o interdisciplinární náhled*. České Budějovice, 2009. Diplomová práce. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích.

ZANDL, Patrick. *Marigold.cz*. Dostupné z: <https://www.marigold.cz/>

ZICH, Otakar a Ivo OSOLSOBĚ. *Estetika dramatického umění: teoretická dramaturgie*. 2. (v Panoramě 1.) vyd. Praha: Panorama, 1986. Dramatická umění (Panorama).

ZOMORODI, Manoush. If you really want to remember a moment, try not to take a photo. *TED* [online]. 7. 9. 2017. Dostupné z: <https://ideas.ted.com/if-you-really-want-to-remember-a-moment-try-not-to-take-a-photo/>

ŽDÁREK, Pavel. Flash mob: Češi se zřejmě bojí, pro studenty je to zábava. *IT BIZ: Vaše jednička mezi nulami* [online]. 24. 12. 2007. Dostupné z: <http://www.itbiz.cz/flash-mob-bleskovy-dav-v-ceske-republice>

8. PŘÍLOHY

A. MŮJ DAV NEBOLI PÁTÁ FÁZE: Zpráva vynálezce flash mobu

Bill Wasik, přeložila Tereza Kosáková

První fáze: Počáteční experiment

Dne 27. května 2003, znuděn a tedy v dostatečném rozmaru podniknout vědecko-sociální experiment, jsem rozeslal email asi šedesáti přátelům a známým. Začátek zprávy zněl:

Jste zváni k účasti na mobu, projektu, jenž vytvoří nevysvětlitelný dav lidí v New Yorku na deset, či méně minut. Prosím, přepošlete tuto zprávu lidem, o kterých víte, že by se rádi připojili.

Zprávu jsem přesněji přeposlal z anonymního emailového účtu, odkud jsem si pozvání tentýž den ráno poslal, abych neprozradil, že jsem jejím původním autorem. Jako další vysvětlení email nabízel pasáž „často kladené dotazy“, která obsahovala jedinou otázku a odpověď:

Proč bych se měl připojit k nevysvětlitelnému davu?

Protože to udělá i tisíc dalších lidí.

Email dále uváděl instrukci, že hodinky by měly být seřizeny podle atomových hodin vlády Spojených států. Aby se dav netvořil před stanoveným časem, byli účastníci požádáni, aby na místo dorazili ze všech čtyř světových stran podle měsíce svého narození: leden a červenec měli postupovat po Broadwayi od jihu směrem nahoru; únor a srpen po téže ulici ze severu směrem dolů atd. Dav se měl setkat následující úterý 3. června v 19:24 v Claire's Accessories, malém řetězci na Astor Place, který prodává sponky, gumičky a podobné drobnosti. Shromáždění mělo trvat přesně sedm minut do 19:31 a poté se rozpustit. Email varoval: „*NIKDO BY NEMĚL NA MÍSTĚ ZŮSTAT PO 19:33*“.

Pozvaní byli doktorandi, zástupci různých nakladatelství, technologové, dramatici, aspirující básníci, hudebníci, herci a spisovatelé ve věkovém rozmezí dvacet až třicet pět let. Dalo by se říci, že se jednalo o poměrně reprezentativní

průřez hipsterů, kteří by si neradi nechali takovou událost ujít. Šance na úspěch byla poměrně dobrá.

První mob nicméně selhal kvůli technické chybě – newyorská policie byla očividně předem upozorněna, takže když jsme dorazili, obchod bránilo šest strážníků a před vstupem parkovala policejní dodávka.¹⁹⁴ Teorie každopádně fungovala a pro mob číslo dvě, o dva týdny později, byly potřeba jenom minimální úpravy. Nedaleko zamýšleného místa jsem našel čtyři málo navštěvované bary, kde se měli účastníci shromáždit opět podle měsíce narození. Deset minut před určeným časem byly v barech rozdány papírky s cílovým místem. Dějištěm mělo být oddělení koberců nákupního centra Macy's, kde se dvě stovky účastníků měly shromáždit u koberce v levém zadním rohu. Podle pokynů pak měli prodavačům vysvětlit, že pocházejí z komunity na Long Islandu a společně hledají koberec na milování.

„*Emailový dav obsadil Manhattan*,“ stálo o dva dny později v titulku v magazínu Wired. Úspěchu si všimlo i mnoho blogů a brzy jsem obdržel emaily ze San Francisca, Minneapolisu, Bostonu nebo Austinu, oznamující vlastní pokračování projektu. Některé žádaly o radu, kterou jsem jim rád poskytl. Zájemcům z Minneapolisu jsem například poradil, ať si před rozesláním instrukcí vyzkouší navštívit místo ve stejný den i hodinu v týdnu, aby si udělali představu, jak dlouho bude lidem trvat se do cíle dopravit. Blogger Sean Savage, píšící na Cheesebikini.com, pojmenoval koncept „flash moby“ podle sci-fi povídky *Flash Crowd*, která se zabývá nečekaným negativním aspektem levné teleportační technologie: zneužívání teleportování bandou lidí, kteří tímto způsobem vyhledávají vzrušení kdykoliv si zámánou. Hlavní hrdina povídky, televizní moderátor Jerryberry Jensen, neúmyslně odstartuje nepokoje v nákupním centru, ale nakonec očistí své jméno důkazem, že na vině jsou právě technologie. Podobná tvrzení se brzy začala spojovat s flash moby, přestože si myslím, že

194 To byl jediný střet se zákonem, přestože se nad legálností projektu dosud vznáší otazník. Jako odesílatel mailu bych nejspíše mohl být shledán vinným z nedovolené organizace demonstrace a mohl bych být odpovědný za škody způsobené během akce. V neuskutečněném projektu *Nuclear Option*, který navazuje na moby, by se právním otázkám mělo dát vyhnout mechanizací celého procesu, kde by nikdo nebyl původcem, tudíž by nemohl být nikdo právně napadnutelný. Síť počítačových serverů umístěných na pobřežích by sloužila jako zápisová místa na jeden celosvětový emailový seznam. Když by celkový počet všech emailových adres dosáhl nějaké hranice, třeba 10 milionů, servery by „vybuchly“ a všichni zapsaní by ráno obdrželi email s pokyny se odpoledne shromáždit v centru svého města.

technologie hrála jen velmi malou roli. Ostatně emaily byly rozesílány týden před akcí a myslím si, že by to fungovalo stejně, kdyby se roznášely letáky. Pro projekt byla stěžejní především tendence newyorských hipsterů scházet se a bojovat za deindividualizaci.

Základní hypotézou projektu bylo ukázat, jak je veškerá newyorská kultura úzce spojená se stereotypní stylizací. Působnost koncertů, divadelních představení, veřejných čtení a výstav se již netýká samotných děl, ale spíše nabízených sociálních příležitostí. Teoreticky by tedy mělo být možné vytvořit umělecké dílo, které by vycházelo pouze ze scény, ve smyslu, že by scéna byla jediným smyslem díla a utvářela by jej.

Úspěšné moby poskytly tomuto konceptu formální jednotu, jak dokazuje mob číslo 3, který následoval 15 dní po předchozím mobu a konal se v hotelu Grand Hyatt, sídlícím na 42. ulici, hned vedle nádraží Grand Central. Představte si vstupní halu v délce celého bloku, stavějící na odiv zachovalé vybavení ve stylu osmdesátých let, zlatě pochromované zábradlí, zdi obložené zrcadly, fontánu z mramorovaného kamene a ochoz lemující halu nad vaší hlavou. Čas byl stanovený na 19:07, konec večerní dopravní špičky. Nedaleké nádraží bylo plné cestujících, stejně jako chodník, na který bylo vidět skrz prosklenou hotelovou fasádu. Vstupní hala byla naopak skoro prázdná, jen v křeslech si hovělo pár businessmanů, nejspíše hostů. Pět minut před předpokládaným startem do haly vklouzli účastníci mobu, ve dvojicích, trojicích i desetičlenných skupinách. Vytvářely čilý ruch a předstíraly, že si povídají.

V jeden okamžik pak všichni vyjeli eskalátory na ochoz a nehlasně olemovali zábradlí, jak je znázorněno na obrázku číslo 2. Hrstka hotelových hostů opět osaměla, najednou ale konfrontována s pohledy armády dvě stě hipsterů, kteří na ně jeden vedle druhého tiše zírali nad jejich hlavami. Cílem ovšem nebylo někoho zastrašovat, jen jsme se dívali dolů, kde jsme ještě před malou chvilkou stáli a zároveň jsme hleděli jeden na druhého: dvě stovky umělců-diváků si přivlastnilo atrium na 42. ulici. Učinili jsme z něj divadlo. Po pěti minutách civění propukl ochoz v přesně patnáctisekundový bouřlivý potlesk a pak se dav rozptýlil zpět dolů a pryč ze dveří, zrovna ve chvíli, kdy dorazily policejní hlídky se zapnutým majákem.

[***]

Předchozí výzkum

Když se britský magazín umění zeptal, jaký minulý nebo současný umělec nejvíce ovlivnil můj flashmobový projekt, odpověděl jsem, že Stanley Milgram – sociální psycholog známý především pro svůj experiment s poslušností vůči autoritám, při kterém přesvědčil průměrné Američany, aby cizím lidem dávali zdánlivě smrtící elektrošoky. Čirou náhodou jsem později zjistil, že Milgram sám inicioval projekt podobný flash mobu, ve kterém se „stimulující dav“ společníků, čítající jednu až patnáct osob, postupně zastavil na rušné manhattanské ulici a všichni společně pak vzhledli k oknu v šestém patře. Výsledky si lze prohlédnout na obrázku číslo 4, což je tabulka z Milgramovy studie „*Zpráva o síle davů různé velikosti*“.

Stanley Milgram si podle mne zaslouží uznání jako jeden z nejvýznamnějších umělců minulého století a to přesto, že jeho davový experiment nemá příliš velkou vědeckou hodnotu. Všichni tušíme jeho výsledek, proč je tedy nutné se tomu věnovat? Ne, přínos experimentu je především v jeho performativnosti, v jeho prosté smělosti: malý synchronizovaný dav vzdorující plynutí velkoměsta. Podobá se happeningům hnutí Fluxus, jen bez jejich úzkoprsého optimismu, čímž se blíží konceptu „*Ničeho*“ Raye Johnsona. Milgramova studie davu byla expresivní, elegantní metaforou konformismu, než že by vysvětlovala nebo objektivně popisovala jeho příčiny či problém.

Jiné Milgramovy výtvořky se spíše podobaly kolektivnímu umění. Pařížany požádal o nakreslení mentální mapy svého města, které pak spojil do jednoho díla. Předcházel tak například geniálnímu sociologickému projektu „nejoblíbenější obraz“ Komara a Melamida z devadesátých let. Podobně jako později Ray Johnson se Milgram také zaměřil na mediální aspekty pošty, především v pokusu s oznamovanými a nadepsanými „ztracenými dopisy“. Ty byly schválně nastraženy na kolemjdoucí, kteří je mohli (a nemuseli) zaslat na adresu smyšleným, kontroverzně znějícím organizacím (například Spolek pro rovná práva negrů, Přátelé nacistické strany). Skrze poštu se Milgram dokonce v roce 1964 pokusil ovlivnit výsledek prezidentských voleb, když z letadla nad městem Worcester vyhodil stovky dopisů na podporu obou kandidátů.

Milgramiánskou uměleckou tradici lze podle mne definovat dle následující premisy: člověk, jehož reakce na sociální vlivy lze předvídat, je sám tím nejlepším uměleckým médiem. Toto je hlavní síla Milgramových experimentů s autoritou. Výzkum o konformismu a autoritě dělali mnozí, Milgrama však odlišuje až závratná podstata příběhů, k jejichž vytvoření nepotřeboval víc než účastníky svých experimentů. Na falešném přístroji na elektrošoky se značkou výrobce (Generátor elektrických šoků, typ ZLB) od fiktivní společnosti Dyson Instrument Company se sídlem ve Walthamu v Massachusetts, bylo třicet vypínačů od mírných šoků přes extrémně intenzivní šoky s varováním až po strohé označení Xxx. Poslední vypínač, tak zlověstně nadepsaný, byl poměrně často používán i v momentě, kdy křik oběti utichl. To je to, co pohnulo veřejností – jak Milgram velice snadno podnítil lidi k naprostému barbarství.

Existuje i zhoubný otisk původního experimentu, který Milgram předpověděl: reality shows, které baví lidi dokumentárním voyeurismem. V jednom z posledních esejů, na kterém se spolupodílel a které publikoval před svou smrtí, se Milgram věnoval pořadu Candid Camera (zábavný pořad založený na principu skryté kamery - pozn. překl.), předchůdci dnešních reality shows. Jeho práce byla z velké části oprávněně pozitivní, protože – jak píše ve shrnutí vlastního estetického postoje - nám pořad „*přináší nový náhled narušením běžného*“. „*Ale přesto všechno je Candid Camera komerční aktivitou. Prvotním záměrem výrobce je natočit takové záběry, které bude moci prodat stanici nebo distributorovi. „Vědecké - a zde můžeme nahradit i pojmem „umělecké“ - nedostatky plynou z podstaty pořadu, který je komerční zábavou.*“

Jako příklad takového zkreslení lze uvést způsob, kterým je show Candid Camera zjednodušena na snadno stravitelnou zábavnou zápletku. Podobně pracují i laciné reality show Výměna manželek a další. „*Divák je vypravěčem důkladně naveden na to, čeho si všímat; vypravěčův komentář upevňuje dojem, že to, co uvidíme, bude zábavné,*“ napsal Milgram. „*Studiový smích doprovází každou epizodu, aby bylo jednání konstantně vnímáno jako zábavné, a aby se divák utvrzoval, že je scéna vtipná, raději než aby cítil sympatii nebo soucit s vážnou situací oběti nebo se ji pokoušel pochopit.*“ To je přesně to, proč musíme v Milgramově umění pokračovat – abychom namísto zjednodušených zápletek nabízeli mnohoznačná poselství.

[***]

Společenské důsledky: Howard Dean a jeho „Dokonalá bouře“

Patrně nejzvláštnějším přáním, objevujícím se v člancích o flash mobech bylo, aby se jednou tento fenomén proměnil v něco vážnějšího. Rok před tím, než se moby staly módní záležitostí, vydal moudrý člověk jménem Howard Rheingold knihu *Smart mobs* o mimořádných společenských důsledcích mobilních telefonů a dalších kapesních technologií. Flash moby se zdály být jakýmsi nihilistickými, zvrhlými mutacemi těchto myšlenek, přesto se Rheingold nechal zatáhnout do mediálního humbuku okolo projektu. V každém případě se stal osobou, která prohlásila, že tento zcela infantilní vtip je ve skutečnosti poslem něčeho mnohem důležitějšího. *„Příznak fenoménu, který má dlouhodobý a širokosáhlý efekt,“* řekl Rheingold taktně v Dallas Morning News, které o něm píší jako o futuristovi. *„Prvotní náznaky něčeho, co se promění v něco mnohem většího,“* uvedl pro Christian Science Monitor.

Blogeři měli tendenci sdílet podobný názor, ale jak si moby zachovávaly absurdní ráz, začali být naštvaní. I ti, kdo si nepřáli, aby flash moby obhajovaly explicitně určitou politiku, začali doufat, že začnou v nějaké míře přítomným „divákům“ něco demonstrovat. Například šestý mob, který se odehrál v hračkářství Toys „R“ Us na Times Square a byl nesporně největším a nejúspěšnějším ze všech mobů, byl blogery téměř jednomyslně odsouzen. *„Další zkažený MOB,“* zněl verdikt na blogu Fancy Robot. *„Namísto toho, aby byl flash mob zasazen ve veřejném prostoru Times Square, jak všichni doufali, flash mobový guru se rozhodl umístit jej do Toys „R“ Us a byl to zjevný propadák.“* Blog SatansLaundromat.com (blog, který obsahuje nejobsáhlejší fotodokumentaci newyorského projektu) souhlasil: *„Nebylo to dostatečně veřejné; příliš málo diváků, které by bylo možné překvapit.“* Chris z CCE Blog napsal: *„Myslím, že všichni v blogosféře se ptají: kam tento nápad směřuje?... Poté, co jsme viděli stovky lidí sejít se pro nic za nic, je zřejmé, že je tu nějaký potenciál pro umělecké nebo politické vyjádření.“*

Všem tedy šlo zjevně o to, že by flash moby mohly být využity k sdělení nějakého konkrétního poselství, ale z mnoha důvodů byl tento záměr předem předurčen k zániku. Především, jak již bylo řečeno dříve, flash moby byly

setkáním zasvěcených a jako takové mohly jen stěží komunikovat něco nezasvěceným. Jednalo se o interní hru. Zdrojem energie celého projektu nebylo dělat dojem na okolí nebo ho nějakým způsobem děsit. Naopak šlo o to si okolního světa nevšímat a využívat ho jen jako terénu pro vlastní hru. Zadruhé, flash moby byly ze své podstaty pomíjivé, trvaly deset minut a méně, a tímto nepříliš vhodné, aby zaujaly nějaký názor nebo něco vypovídaly. Zatřetí, z pohledu fyzického prostoru flash moby závisely na jistých omezeních, potřebných k vytvoření iluze nadřazené síly. Blogeri si také stěžovali, že jsem flash moby nikdy nepořádal v otevřeném prostranství pro dostatečné množství přihlížejících, ale to byl z mé strany naprostý záměr. Stejně jako Colin Powell (americký generál, autor doktríny, jejímž obsahem jsou body nutné ke zvážení před vyhlášením válečného konfliktu – pozn. překl.) jsem se řídil doktrínou drtivé síly. Jenom uzavřené prostory mohly davu umožnit zakusit trochu potřebného narcismu i úžasu ze vzniklé síly; pokud by dav neopanoval celý prostor, celý princip by se zhroutil.¹⁹⁵

Čtyři měsíce po posledním newyorském flash mobu proběhla v Iowě série setkání a jejich ponurým výsledkem bylo potvrzení mé teorie. Tato setkání, tzv. „*Dokonalé bouře*“, měly formu čtyř víkendových lobbování na podporu Howarda Deana před lednovým sjezdem Demokratické strany v Iowě. Podle svého příznačného pojmenování (stejně jako termín flash mob odkazuje k meteorologické metafoře) přitáhly víkendové *Dokonalé bouře* na 3 500 Deanových podporovatelů z jiných států, aby chodili od domu k domu a přimlouvali se za svého kandidáta. Ústředí dobrovolníků pak zabralo celý jeden městský blok; všichni dobrovolníci měli stejné oranžové čepice, aby zdůraznili svůj počet a dávali na odiv svou všudypřítomnost. Jednalo se, podobně jako u flash mobu, o původně virtuální komunitu, kdy si většina účastníků vytvořila vztah ke kampani online.¹⁹⁶

Klan Deanových kybermozků skutečně přišel s vizí kampaně ve formě „sociálního softwaru“, kdy mohli fanoušci dlít ve virtuální putyce nazvané

195 To je i důvod, proč je plán projektu *Nuclear Option* tak velkolepý. Obrovské počty (stovky tisíců) účastníků vytvoří dav dostatečně obrovský i v otevřeném venkovním prostoru.

196 Není překvapením, že ti, kdo si přáli, aby se flash mob stal politickým nástrojem, věřili, že by měl být využit právě na podporu Howarda Deana. Je až neskutečné, že poté, co komiks Doonesbury otiskl postavičku plánující flash mob pro Deana, se jeden takový mob doopravdy uskutečnil.

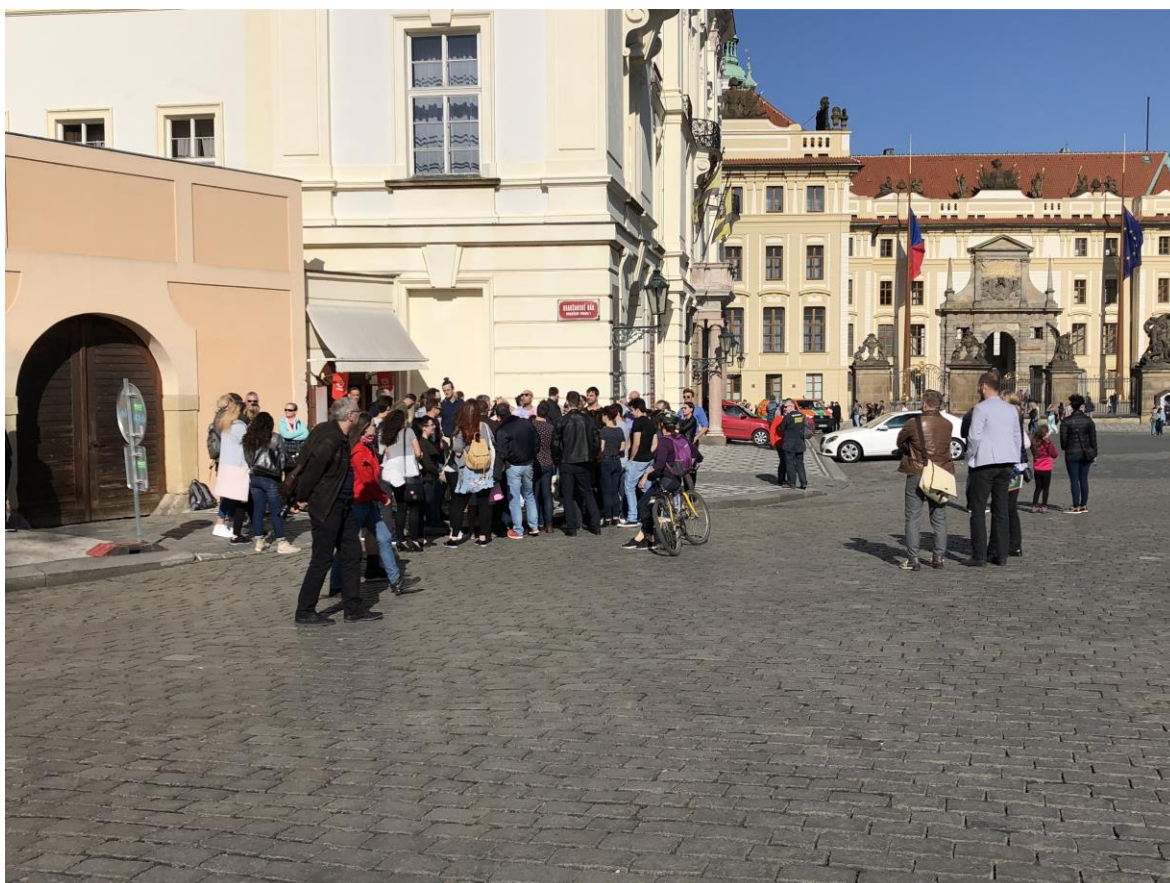
„DeanSpace“. Když se časopis Wired zeptal jednoho z kybermozků (technologického mága Joi Ita), jak budou tyto onlinové masy řízeny, odpověděl: *„Není to o vedení, ale o místě, jako je park nebo zahrada. Když to bude příjemné a „cool“, lidi to přitáhne. DeanSpace není doopravdy o Deanovi, ale o nás.“*

Podobně jako flash moby byla Deanova kampaň výsostně o scéně, nezáleželo ani tolik na kandidátovi jako na diskusním fóru a na tom, jak se lidé cítili propojení s mladistvým a zdánlivě nekonečným davem. Pokud by Deanova kampaň vypadala malá, předurčilo by ji to k neúspěchu; a během těch čtyř týdnů v Iowě, kdy se 3 500 oranžových kšiltovek rozprchlo po zamrzlých pláních a politicky otupělým občanům vnucovalo své politické přesvědčení, se šance kandidáta Deana zhroutily.

B. Obrazová příloha



Obr. 1



Obr. 2



Obr. 3



Obr. 4



Obr. 5



Obr. 6



Obr. 7



Obr. 8



Obr. 9



Obr. 10



Obr. 11



Obr. 12



Obr. 13



Obr. 14



Obr. 15



Obr. 16



Obr. 17

Veškeré fotografie jsou vlastnictvím autorky.