

AKADEMIE MÚZICKÝCH UMĚNÍ V PRAZE

DIVADELNÍ FAKULTA

Dramatická umění

Scénografie alternativního a loutkového divadla

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

SÁM SOBĚ DIVÁKEM, DIVÁKEM SEBE SAMA

Ondřej Menoušek

Vedoucí práce: doc. MgA. Lukáš Jiříčka, Ph.D.

Oponent práce: MgA. Robert Smolík

Datum obhajoby: Září 2020

Přidělovaný akademický titul: BcA.

Praha, 2020

ACADEMY OF PERFORMING ARTS IN PRAGUE

THEATRE FACULTY

Dramatic arts

Stage Design In Alternative and Puppet Theatre

BACHELOR THESIS

SPECTATOR TO ONESELF, SPECTATING ONESELF

Ondřej Menoušek

Supervisor: doc. MgA. Lukáš Jiříčka, Ph.D.

Opponent: MgA. Robert Smolík

Date of Presentation: September 2020

Přidělovaný akademický titul: BcA.

Prague, 2020

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

Sám sobě divákem, divákem sebe sama

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

Praha, dne

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.

ABSTRAKT

V této bakalářské práci se autor zabývá rolí diváka a jeho zapojením do představení. Charakterizuje diváctví v kontextu sociálních médií a jeho paralely s diváctvím živého umění. Konkrétní možnosti diváctví a jeho prolínání s aktérstvím autor ukazuje skrze reflexi vlastních scénických projektů *selfie chi* a *Das Theaterstück*. Záměrem je ukázat možnosti práce s diváctvím a odpovědět na otázku, kde jsou hranice diváckého zážitku.

ABSTRACT

In this bachelor's thesis, the author deals with the role of the spectator and his involvement in the performance. It characterizes spectatorship in the context of social media and its parallels with spectatorship of performing arts. The author shows the specific possibilities of spectatorship and its intertwining with acting through the reflection of his own scenic projects *selfie chi* and *Das Theaterstück*. The intention is to show the possibilities of working with the audience and to answer the question: Where are the boundaries of the spectator experience?

Obsah

1. Úvod	1
2. Sociální sítě, sociální média a jejich diváctví	3
2. 1. Obraz a realita	7
2. 2. Autorství a autenticita	12
3. Projekt <i>selfie chi</i>	16
3. 1. Divákem sebe sama	19
3. 2. Průběh projektu	22
3. 3. Závěr projektu a reflexe	27
4. Projekt <i>Das Theaterstück</i>	33
4. 1. Průběh projektu	34
4. 2. Reflexe	37
5. Závěr	41
6. Zdroje	42

1. Úvod

V této práci se budu zabývat rolí diváka během představení, a prostupování role diváka a performerů. Zajímá mne zejména role diváka "pouze" pozorujícího, a na druhé straně diváka, jako aktivního účastníka představení, a jejich prolínání. Tomuto tématu se budu věnovat teoreticky a také uvedu praktické zkušenosti, které jsem získal během dvou uskutečněných projektů.

Zabýval jsem se zejména diváctvím v kontextu sociálních médií. Možnostmi využití těchto platform při tvorbě představení jsem ověřoval v projektu s názvem *selfie chi*, jehož průběh v této práci podrobněji popíšu. V posledních letech se právě sociální média stala jedním z nejvýznamnějších prostorů pro tvorbu, šíření a percepci nejrůznějšího obsahu. Pokusím se charakterizovat dění na sociálních médiích z hlediska diváckého zážitku. Zabývat se budu tím, jak konkrétní platformy jako např. Facebook nebo Instagram ovlivňují vztah mezi 'tvůrčí' a 'diváckou' aktivitou, jak působí na vnímání času a přítomnosti, a v jakém vztahu k sociálním médiím se nachází pojem autenticita.

Dalším důvodem, proč se sociálními médii zabývat, je jejich vliv na diváctví obecně. Sociální média mění divácká očekávání, proměňují to, jak pracujeme s pozorností, jak se díváme, jak vnímáme. Uchopení této problematiky by mohlo pomoci při hledání jazyka, který odpovídá tomu, jakým způsobem současní diváci přistupují k percepci představení, a obecně performativních událostí. Cesta, kterou jsem zvolil, je využít principy, které se u diváctví sociálních médií objevují a pracovat s nimi jako s tvůrčími strategiemi (jak v rámci sociálních médií, tak mimo ně). A to zejména takové principy, které pracují s aktivizací diváka. Pro prostředí sociálních médií je typická právě oscilace mezi rolí tvůrce a diváka. Divácká responze je realizována zpravidla pomocí tvorby nového (nebo rekontextualizace již existujícího) mediálního obsahu, divák se tedy stává tvůrcem a naopak. Komunikace se odehrává skrze tvorbu vizuálního (případně textového) obsahu, nebo využitím obsahu jiného autora v novém kontextu. Tato interaktivita a prostupnost rolí, která se zdá být ve virtuálním prostoru naprosto samozřejmá, či přímo nezbytná, je v živém umění často minimalizována. Živé umění se bez přítomnosti diváka neobejde, avšak přímý vliv, který má divák na průběh představení, bývá

mnohdy minimalizován. Za jakých okolností může divák plně přijmout roli aktéra? Může se stát tvůrcem a zároveň zůstat divákem, tedy stát se divákem svého vlastního jednání? Pohybem účastníků představení mezi těmito dvěma rolemi se věnuje druhý projekt s názvem *Das Theaterstück*, který budu podrobně popisovat v další části této bakalářské práce.

2. Sociální sítě, sociální média a jejich diváctví

Proč právě sociální média?

Impulesem, který mě přivedl k práci se sociálními médii, byla možnost použít je jako nástroj k tvorbě inscenované události, využít jejich aktivizačního potenciálu. Primárním cílem projektu *selfie chi* nebylo vytvořit dílo v rámci sociálních médií, ale naopak z nich vykročit do 'vnějšího' světa. Tedy přimět uživatele sociálních médií, aby se stali účastníky/aktéry představení.

Nejprve je však potřeba zmapovat terén, poznat kontext sociálních médií. Na první pohled se jedná o nástroj, který poskytuje možnost ve virtuálním prostoru komunikovat s ostatními, a to na základě již existujících sociálních vazeb nebo společných zájmů. Zároveň však můžeme na aktivity v rámci sociálních médií nahlížet jako na tvorbu, a její (téměř) okamžitou percepci. Dění v rámci sociálních médií a na poli umění je společné diváctví - tedy: díla vznikají proto, aby byla viděna, vnímána. Pro sociální média je charakteristická komunikace realizovaná prostřednictvím obrazů (vizuální cestou). Jakkoli se může aktivita uživatelů sociálních médií jevit jako spontánní, 'autentická', jejím výsledkem jsou vždy uměle vytvořená díla. Podobně jako například u performance, která může vycházet z autentických zkušeností konkrétního performerera, a přesto nejde o segment jeho života "1:1", kterému bychom náhodou přihlíželi. Jde o uměle vytvořenou situaci (nebo obecněji dílo), která je ze své podstaty mediální. Smyslem každého díla je jeho sdílení s diváky. Činnost aktéra bez sdílení s diváky, sama o sobě, postrádá smysl.

Co jsou vlastně sociální sítě? Proč se někdy mluví o sociálních sítích a jindy o sociálních médiích?

Sociální sítě jsou termín, který ve vědeckém kontextu poprvé použil v roce 1954 sociolog John Barnes, a to k popisu sítě mezilidských vztahů v rámci jedné komunity¹. Do devadesátých let dvacátého století je pak tento termín

¹ Barnes, John (1954). "Class and Committees in a Norwegian Island Parish." *Human Relations*, (7): str. 39-58.

používán pouze v uvedeném významu. Sociální sítě samy o sobě nemají viditelnou podobu. Pro jejich vizualizaci je potřeba sběr a interpretace dat, týkajících se vztahů mezi jednotlivými lidmi zapojenými do sítě.

To se proměňuje až s nástupem internetových platforem jako Classmates.com a Friendster na přelomu tisíciletí, MySpace v roce 2003, v českém prostředí např. Lide.cz (v roce 1996, resp. 2004). Skrze tyto platformy se projevy sociálních sítí stávají vizuálními. V českém prostředí se pro označení těchto platforem (a dalších jako např. Facebook, Instagram, Twitter ad.) běžně používá termínu sociální sítě. V angličtině se tytéž platformy označují jako "social media", tedy **sociální média**, případně jako "social networking service" skrze něž se provozuje "social networking". Sociální sítě (z pohledu sociologie) existují nezávisle na sociálních médiích. Mohou i nemusí vznikat a růst prostřednictvím digitálních platforem. Přesnější by tedy bylo mluvit o těchto platformách jako o sociálních médiích, která umožňují práci se sociálními sítěmi². Důvody, proč se v běžném jazyce sousloví sociální média téměř nepoužívá, budou nejspíš praktické, jistou roli může hrát i úspěch filmu *Sociální síť (The Social Network)* z roku 2010, který se zabýval příběhem zakladatelů Facebooku. Tento jazykový jev nicméně ukazuje, jakou pozici mají sociální média ve společenském uvažování.

Na konkrétním příkladu platformy Facebook je možné si uvědomit, že pojem *síť* sociální média nevystihuje. Facebook bezpochyby funguje na principu sítě. Pro toto médium je sociální síť základním materiálem. Komunikace se odehrává z velké části pomocí tvorby a percepce vizuálního obsahu. Síť samotná ale není žádným způsobem vizualizována. Uživatelé vidí pouze její projevy.

Např. při zobrazení panelu "*koho možná znáte*" se nedozvíme, jak Facebook zjistil, že bychom se mohli znát, nebo že by nám tato osoba mohla připadat zajímavá. Nevidíme cestu k dané osobě, vlákna, která nás v síti spojují. Neustálým analyzováním našich aktivit a nabízením potenciálně zajímavého obsahu nám sociální média připravují cestu skrze sociální sítě. My díky tomu

² Zajímavé je, že "korektní" terminologie je častěji používána v prostředí PR a lidmi, kteří se tvorbou obsahu na sociálních médiích zabývají profesionálně, naopak u běžných uživatelů se v naprosté většině případů používá sousloví sociální sítě.

nejsme schopni uvidět síť, a ani moc dalších "variant" kudy bychom se v rámci sítě mohli vydat.

Nahlížet na svět jako propojenou síť, kde je každý tvůrcem, se ukazuje jako nekorespondující s nastavením sociálních médií. Ano, můžeme ovlivnit to, jaký obsah vytváříme a šíříme my sami. Ale už nejsme schopni ovlivnit to, jaký obsah se k nám dostane, jako k divákům. Rozhodující slovo v tvůrčím procesu má médium samotné (ve smyslu konkrétní platformy), které, na základě algoritmu, rozhoduje o tom, co máme vidět a co ne. Cílem provozovatelů sociálních médií není, aby uživatel myslel směrem ven, ke skutečnému světu. Ideální stav nastává, když stráví na konkrétní platformě co nejvíc času, interaguje s co největším množstvím obsahu a poskytne o sobě co nejvíc informací. To je způsob jak zajistit zisk od inzerentů, jenž společnosti provozující sociální média živí. Sociální média nejsou zaměřená na vztahy, ale na mediální obsah, tedy na obrazy.

Zajímavé je, že např. i diaspora*, což je projekt, který funguje bez financování inzerenty a jeho filozofie je postavená na "*decentralizaci, svobodě a soukromí*"³ se drží podobného modelu vizuálního rozhraní jako Facebook nebo Instagram.

Pojem sítě naznačuje, že proces přenosu informací se odehrává rovnoměrně - neexistuje žádné centrum, 'elita' v instituci tvůrce, tvůrci i příjemci obsahu mohou být všichni. Podstatné jsou vztahy. Zohledňují to, kdo od koho obsah dostává, komu ho chce předat, probíhá zpětnovazební komunikace. V poslední době, pravděpodobně i díky všudypřítomnosti internetu, a způsobu vidění světa, ke kterému nás vede, jsme začali síť spatřovat v řadě dalších procesů - lidský mozek, počítače, ekosystémy, společnost, městská infrastruktura, doprava... Po staletích hierarchického uvažování (centrum/řídící jednotka zpracovává informace z periferie, na jejich základě rozhoduje a řídí podřízené části) jsme se přiklonili právě k modelu sítě, kde je rozhodování distribuováno mnohem rovnoměrněji, komplikovaněji (všudypřítomná zpětná vazba a úrovně), organičtěji (sítě nejsou konstruovány zvenku, ale často i koncovými

³ Vítej na diaspora*: Online sociální svět, kde to máš v ruce. *The diaspora* Project* [online]. [cit. 2020-05-16]. Dostupné z: <https://diasporafoundation.org/>

uživateli) a dynamicky (sítí se mění v čase, přizpůsobují se procesům, které skrz ně probíhají).

'Stará' média (tedy ta z období před vznikem internetu), staví na jednu stranu instituci tvůrce, který drží monopol nad zprostředkovaným obsahem: textem a obrazy. Na druhé straně komunikačního procesu jsou diváci, kteří jsou pouze příjemci, nemají možnost na mediální obsah reagovat, rozhodně ne v rámci samotného média. Komunikace na poli média je tedy jednosměrná, jedinou možnou reakcí je obsah buď přijímat, nebo nepřijímat. Toto rozvržení proměňuje až internet, první digitální masové médium. Najednou může být tvůrcem globálně přístupného obsahu každý, kdo má přístup k této technologii. To byly na konci roku 2019 4,57 miliardy lidí, tedy téměř polovina světové populace⁴.

Jsem přesvědčen, že jako tvůrce nemůžu opomíjet situaci, nastolenou světem sociálních médií. Snažím se pojmenovat jevy typické pro pohyb v rámci sociálních médií a pracovat s nimi jako výchozími body v tvorbě. Tzn. nejen sociální sítě tematizovat, ale také je přijmout jako záležitost rovnocennou umění. V rámci teoretického uvažování vycházím z myšlenek *vizuální kultury*⁵, jakožto interdisciplinárního oboru, který se zabývá nejrůznějšími vizuálními projevy a jejich percepcí. Tedy nikoli pouze těmi fenomény, které by teatrologická či estetická tradice označila za „umělecká díla“. Takový způsob uvažování umožňuje efektivně reflektovat dění na sociálních médiích (a v současné zasítované společnosti), pro něž je typická právě neoddělitelnost jednotlivých vrstev vnímatelného obsahu a jejich organické propojení.

⁴ INTERNET USAGE STATISTICS. *Internet World Stats* [online]. [cit. 2020-05-16]. Dostupné z: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>

⁵ MIRZOEFF, Nicholas. *Úvod do vizuální kultury*. Praha: Academia, 2012. Vizuální studia. ISBN 978-80-200-1984-4., str. 17-42.

2. 1. Obraz a realita

Jak už jsem zmínil, prostředí sociálních médií je silně vizuální. To vyplývá zprv z technického vývoje, který umožnil neustálý přístup k vizualitě ve formě technických obrazů, konkrétně díky chytrým telefonům. Zadruhé z nekončícího posilování role "vizuálna" v rámci každodennosti, "dominance vizuálního nad pojmovým"⁶, ztráty důvěry ve slovo. Technický obraz je, slovy Viléma Flussera, *obraz vyrobený přístroj*⁷. Takové obrazy jsou zhusta přítomné právě v proudou, který nabízí sociální média, ať už v podobě fotek, videí nebo např. emoji.

Technické obrazy měly vždy nejednoznačnou pozici ve společnosti, a to už od doby vzniku fotografie. Spojují subjektivní pohled autora s automaticností stroje, jde o záznamy mrtvého, minulého, ale zároveň jako by zachovávaly uplynulý okamžik, přibližovaly ho přítomnosti. Tuto dvojznačnost skvěle ilustruje snímek, z doby boje o autorství vynálezu fotografie, s názvem *Sbohem, krutý světe!* (fotografie č. 1). Jedná se o pravděpodobně první fotografický autoportrét. Dobové myšlení připisovalo fotografii moc „zachytit realitu“, obraz totiž poprvé v historii „tvořil“ stroj, nikoli člověk. A v moci stroje není realitu interpretovat, přizpůsobovat vlastní vizi. Z tohoto pohledu vychází zprv nahlížení na fotografii jako na čistě technickou záležitost (fotoaparát schopný objektivního přepisu skutečnosti do vizuální formy), a tím pádem ne jako na uměleckou disciplínu, zadruhé důvěra v její 'pravdivost'. Flusser, který na technické obrazy nahlíží jako na *pojmové*, tvořené pomocí *kódování*, o nich mluví takto: "Dešifrují se obtížně ze zvláštního důvodu. Jak se zdá, nemusí být totiž vůbec dešifrovány, neboť jejich význam se zdánlivě automaticky zobrazuje na jejich povrchu - podobně jako otisky prstů, u nichž je význam (prst) příčinou a obraz (otisk) následkem. Svět značený technickými obrazy se zdá být jejich příčinou a ony samy posledním článkem kauzálního řetězce, který je bez přerušení spojuje s jejich významem: Svět reflektuje sluneční a jiné paprsky, které jsou prostřednictvím

⁶ O interpretaci vizuálního textu. In: FORET, Michal, Michal BOČÁK a Juraj RUSNÁK. *Médiá a text II*. Prešov: Filozofická fakulta Prešovskej univerzity v Prešove, 2008, s. 36. ISBN 978-80-8068-888-2.

⁷ FLUSSER, Vilém. *Za filosofií fotografie*. Přeložil Božena KOSEKOVÁ, přeložil Josef KOSEK. Praha: Hynek, 1994. Punkt. ISBN 80-85906-04-x., str. 10.

optických, chemických a mechanických zařízení zachycovány na citlivých površích a jejichž výslednicí jsou technické obrazy, to znamená, že se zdánlivě nacházejí na téže úrovni skutečnosti jako jejich význam. Co se na nich vidí, zdánlivě tedy nejsou symboly, které by se musely dešifrovat, ale symptomy světa, jejichž prostřednictvím je možné svět, byť i nepřímo, shlédnout. Tento zdánlivě nesymbolický, objektivní charakter technických obrazů vede diváka k tomu, že se na ně nedívá jako na obrazy, ale jako na okna. Důvěřuje jim jako vlastním očím.”⁸

Fotografie Hippolyta Bayarda důvěru v objektivitu aparátů a jejich produktů zpochybňuje na několika úrovních. Jedná se o uměle vytvořený obraz, vytvořil ho konkrétní autor (prostřednictvím fotoaparátu), a to s konkrétním záměrem – cílem bylo diváka přesvědčit, že Bayard spáchal sebevraždu a v době tvorby snímku je mrtvý. A následně vyvolat reakci na to, že tak učinil, protože nebyl uznán jako vynálezce fotografického procesu (o tomto faktu se dozvídáme z popisku fotografie).

Bayard na fotografii využívá dvou neodlučitelných vlastností technických obrazů, jak dokumentárnosti nebo zdánlivé ‘autentičnosti’, tak umělosti nebo inscenovanosti - ve formě líčení, klobouku jako rekvizity, obnaženého těla a promyšleného nasvícení, která ze snímku dělá dramatickou podívanou.

To, že dobové diváky nenapadlo, že by se mohlo jednat o obraz zcela inscenované události, se nám může jevit jako doklad naivity nebo nezkušenosti s fotografickým médiem. Avšak jak se vztahujeme k technickým obrazům my, po více než stopadesátileté zkušenosti?

Fotky a videa na sociálních médiích to skvěle dokládají. Víme sice, že téměř každý snímek na Instagramu byl upraven. Přesto se cítíme být podvedeni, když zjistíme, že nějaké video je tzv. deep fake⁹, nebo že je například nějaká instagramová osobnost vytvořena zcela digitálně. Smějeme se, když někdo inscenuje dovolenou tak, že vytvoří selfie, na kterém jsou palmy, a zveřejní ho

⁸ FLUSSER, Vilém. *Za filosofií fotografie*. Přeložil Božena KOSEKOVÁ, přeložil Josef KOSEK. Praha: Hynek, 1994. Punkt. ISBN 80-85906-04-x., str. 10-11.

⁹ ZEMANOVÁ, Milada. *Nová DeepFake videa jsou k nerozeznání od reality* [online]. 11. 6. 2018 [cit. 2020-05-16]. Dostupné z: https://www.focus-age.cz/m-journal/aktuality/nova-deepfake-vidoa-jsou-k-nerozeznan-od-reality__s288x13750.html

na Facebooku. U technických obrazů zkrátka čekáme, že budou "věrné" světu před obrazem.

Očekáváme *autenticitu*, tím spíše pokud se jedná o obrazy na sociálních médiích, kde snímky pracují s identitou konkrétního člověka. Pečlivá příprava scény před obrazem je stále běžnou praxí, s digitalizací postoupila i možnost s obrazy zpětně manipulovat. Většina z nás nosí zařízení, které takovou manipulaci umožňuje, neustále s sebou. Smartphone, který umožňuje fotky jednoduše upravovat, a to s minimálním časovým vkladem a schopnostmi uživatele.

Proto je důležité vnímat Facebook a Instagram nikoli jako sítě, ale jako média - nejsou spojnicí s vnějším světem, nezkracují vzdálenosti. Na těchto platformách dochází neustále k vytváření nové, umělé reality, která z reality 'venku' bere materiál k tvorbě obrazů. Technické obrazy zaujímají stále větší místo v rámci každodennosti. V tomto smyslu nejsou obrazy zprostředkované sociálními médii revoluční událostí, která by vztah obrazů a reality zcela redefinovala, ale dlouhodobého vývoje. Virtuální realita neustále rozšiřuje své hranice v rámci každodennosti, a stejně tak každodennost je stále častějším materiálem a námětem tvorby. Zdánlivě tak mohou tyto různé vrstvy reality splývat, máme tendenci vlastnosti obrazů připisovat jejich předobrazům, a naopak. Dříve bylo umělé, virtuální (a tedy i mediální), záležitostí elit, ať už ve formě literatury, malby nebo např. divadla, v současnosti je naopak medialita všudypřítomná. Tento vývoji, z hlediska všeobecné scénovanosti, charakterizuje Jaroslav Vostrý následovně: "Určitě se nedá říct, že hybatelem rozvoje scénování byli vždycky jen mocní a bohatí a že příležitosti k němu poskytovaly jen náboženské obřady a světské slavnosti, se kterými má společné kořeny přece i karneval. Přesto nebylo scénování všeobecně dostupné každodenně každému a na každém místě málem každodenně vyžadované, jako je to dnes: dokud tu nesehrály zásadní úlohu jak nové způsoby nabídky zboží v souvislosti s jeho masovou výrobou, tak bouřlivý rozvoj technických médií, o vývoji moderních způsobů politiky s jejich nezbytnou orientací na široké publikum nemluvě."¹⁰ Technickým obrazům se

¹⁰ VOSTRÝ, Jaroslav. Scénování v době všeobecné scénovanosti: (úvod do scénologie). Praha: KANT, 2012, s. 21. Disk (Akademie múzických umění v Praze). ISBN 978-80-7437-081-6.

podářilo dobýt kařždodennost. Chytré telefony se staly součástí běžného vybavení většiny z nás, jako peněženka nebo klíče. Podle webu Statista v roce 2020 vlastní smartphone 3,5 miliardy lidí¹¹, Facebook (nejpopulárnější ze sociálních médií) měl v prvním čtvrtletí roku 2020 2,6 miliardy aktivních uživatelů¹².

¹¹ Smartphone users worldwide 2016-2021. *Statista* [online]. [cit. 2020-05-16].

Dostupné z:

<https://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/>

¹² Number of Facebook users worldwide 2008-2020. *Statista* [online]. [cit.

2020-05-16]. Dostupné z:

<https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>



Fotografie č. 1 (příloha č. 1): Hippolyte Bayard: Sbohem, krutý světe!¹³

¹³ BAYARD, Hippolyte. Hippolyte Bayard - Drownedman 1840.jpg [online]. [cit. 16. 5. 2020]. Dostupné z https://cs.wikipedia.org/wiki/Hippolyte_Bayard#/media/Soubor:Hippolyte_Bayard_-_Drownedman_1840.jpg

2. 2. Autorství a 'autenticita'

Pojem autorství v kontextu sociálních médií se může jevit jako vyprázdňený, zastaralý. Materiál, se kterým se setkáváme v digitálním, prochází několikerou úpravou, sdílením (respektive byl kopírován a znovu zveřejněn), může být citován, rekontextualizován skrz vizuální či textové komentáře. Dílo v autorském smyslu, originál, je zdánlivě rozpuštěno v řadě proměň a zásahů mnoha tvůrců.

Příkladem takového procesu může být video s názvem "Předělali jsme ikonické vines na vinici", které pochází z českého youtube kanálu "vyslovuje se to mem". Klíčovým pojmem je slovo *mem* (případně *meme*) v názvu. Toto slovo zavedl Richard Dawkins v roce 1976, a to jako *jednotku kulturního přenosu*, analogickou se slovem gen. Memem může být cokoli: „... písně, nápady, chytlavé fráze, móda v odívání, způsob výroby hrnců nebo stavby oblouků. Stejně jako se geny rozmnožují v genofondu přeskokováním z těla do těla za pomoci spermií nebo vajíček, tak se memy rozmnožují v memofondu (meme pool) přeskokováním z mozku do mozku procesem, který můžeme v širším smyslu nazvat napodobováním.“¹⁴ Význam tohoto termínu se používáním na internetu a sociálních médiích proměnil, mluví se o *internetových memech*:

"Původ slova „internetový mem“ je spojen převážně s působením www stránek 4chan.org, které měly na svědomí vznik a rozšíření některých klasických internetových memů - jedná se například o memy „Lolcats“, Pedobear, RickRolling či memy spjaté s Chuckem Norrisem. V tomto pojetí si můžeme pod termínem „internetový mem“ představit nejrůznější vtípky, hlášky, obrázky, virální videa a další informace šířené internetem lavinovou rychlostí. Tyto memy jsou často díky „lidové tvořivosti“ různě modifikovány, kombinovány, mutovány či parodovány. Důležité je, že jsou mutace i původní verze masově sdíleny. V případě těchto mutací není memem – v původním slova smyslu – celé konkrétní video nebo obrázek, ale jen určitá část či vzor (např. vtip, pointa, slovo, způsob vyjádření či použití barev apod.), který je replikován."

¹⁴ DAWKINS, Richard, Sobecký gen. Vyd. 1. Praha : Mladá fronta, 1998. str. 174.

Videa, která najdeme na kanálu *vyslovuje se to mem* jsou vždy o reinterpretaci, parodií nebo citací obsahu, který šíří prostřednictvím sociálních médií. V tomto konkrétní videu tvůrci 'přehrávají' tzv. vines, což jsou šestivteřinová, která vznikala pomocí mobilní aplikace Vine. Ta ukončila činnost v roce 2016, následně začali uživatelé vytvářet kompilace "nejlepších" z těchto videí a nahrávat je na Youtube. Citováním, či napodobováním jednotlivých vinů se rodí memy. Když se na zmiňované video podíváme bez znalosti tohoto kontextu, bude na nás působit jako sbírka náhodných situací beze smyslu. Text, který ve videu zaznívá, je často otrockým překladem anglického originálu, a v češtině se tak pointa vytratí. Po zhlédnutí 'originálu', původního videa, dostává sledování této parafráze naopak další vrstvu.

Zajímavý pohled na tuto problematiku nabízí teoretik médií a kritik umění Boris Groys: originál je dle něj pojem živý i v internetovém prostředí, všem symbolům, slovům i obrazům, je připsána adresa, jsou někam umístěny, zapsány do určité topologie. S každým zobrazením nebo úpravou, tak namísto kopie tak vzniká nový originál. Tento originál má událostní povahu. Digitální obraz je kopie, ale jeho vizualizace je původní událostí, protože kopie nemá žádný viditelný originál. Abychom uviděli digitální obraz, nemůže být pouze vystaven, musí být inscenován, performován.¹⁵

Dalším pojmem, který považuji za klíčový, je autenticita. Setkáváme se s ním často například na Facebooku, ale i u dalších sociálních médií, kde je 'autenticita' očekávaná. Myslí se jí nejspíš to, že persona kterou pomocí nejrůznějších projevů vizuálních, textových a audiovizuálních projevů vytváříme, koresponduje s tím, jak vystupujeme ve světě mimo sociální média. Toto očekávání je zakořeněné zřejmě už ve zdánlivé automaticnosti tvorby technických obrazů, jak o ní mluví Flusser. Jde o právě o vztahování se k nim jako k výřezům reality, nikoli jako k medialním projevům. Rozdíl v důvěřování technickým obrazům, a ostatním komunikačním prostředkům je zvláště zřetelný, když si představíme, že někoho poznáváme skrze jeho textové nebo výtvarné popisy sebe sama, a nebo na druhé straně fotky a videa. Pojem autenticita by bylo na místě nahradit pojmem autobiografičnost. K ostatním nepřístupujeme ve své totalitě, ale skrze obrazy, tedy tak jak se vidíme, nebo

¹⁵ GROYS, Boris. *Art Power*. London, England: The MIT Press, 2008, s. 85-86. ISBN 9780262518680., (vlastní překlad)

jak si přejeme být viděni. Námětem většiny obrazů a textů je sám jejich autor, který je prezentuje na sociálních médiích.

To ovšem neznamená, že persona existující ve světě sociálních médií musí být ztotožnitelná s jejím tvůrcem, případně tvůrci. Za vyhocený příklad můžou posloužit fiktivní instagramové celebrity, jako např. Lil Miquela, ale i stránka na Facebooku s názvem Andrej Babiš¹⁶. Není tajemstvím, že příspěvky na této stránce nevytváří sám Andrej Babiš, tedy reálně existující osoba. Příspěvky jsou vytvářeny několika lidmi, není však přesně známo, jaký má ke stránce vztah skutečný Andrej Babiš, jestli tvoří část příspěvků, které jsou pak redigovány, jestli jejich vznik pouze iniciuje, nebo nad příspěvky nemá vůbec žádnou kontrolu. Je jasné, že jeho autorský podíl je minimální. Nicméně stránka i přesto funguje spíš jako profil - veškerý text je psaný v první osobě (tedy za Andreje Babiše), a uživatelé se stránkou i tak komunikují - oslovují přímo Andreje Babiše. Tady se ukazuje, že je nesmyslné považovat aktivitu uživatelů za "otisk" jejich jednání mimo sociální média. Obsah je výsledkem aktivity tvůrce, a jeho námětem je nejčastěji persona, která koresponduje s osobností tvůrce. Tato strategie, tedy komunikovat skrze postavu, se kterou můžeme jako diváci empatizovat, nebo nějakým způsobem interagovat, se ukazuje být velmi funkčním propagačním nástrojem.

Identita se stává něčím, s čím je možné cíleně pracovat, projektem, prostorem pro tvorbu. Boris Groys přináší až překvapivou perspektivu, a týkající se povahy umělecké produkce v současnosti. "V moderní době bylo umění diskutováno pouze uvnitř estetického paradigmatu, umění bylo něco, na co se díváme. Z tohoto hlediska se jedná o umění pro konzumenty. Když ale zapátráme hlouběji v dějinách, v antickém Řecku se uměním nerozuměla estetika, nýbrž poetika - umění bylo chápáno jako techné. Tato původní definice odkazovala k určitému produkčnímu procesu s vlastními pravidly a nástroji. Podle mého se do této epochy navracíme. Už jen z pohledu statistiky počet lidí, kteří se uměleckou činností zabývají, roste; je čím dál více těch, kteří se na umělecké tvorbě nějakým způsobem podílejí. Nejde jen o takzvanou kreativní třídu, designéry, reklamní kreativce a tak dále. Jedná se rovněž o fenomén masové umělecké produkce na úrovni každodenního života:

¹⁶ Andrej Babiš. *Facebook* [online]. [cit. 2020-05-16]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/AndrejBabis/>

lidé vytvářejí a upravují své webové stránky, své profily na sociálních sítích, designují své byty, své oblečení, jsou čím dál více ponořeni do procesu vytváření sebe samých. Jejich každodenní život na sebe vzal podobu tvůrčího procesu, performance. Každá produkce je zároveň produkcí vlastní subjektivity. Tento proces v poslední dekádě akceleroval, což samozřejmě souvisí s internetem. Dřív bylo normální pracovat, vyrábět běžné věci. Pak tu byli nenormální lidé: šílenci a umělci. Dnes jsou všichni umělci a všichni jsou šílení. Žijeme v neurotické a psychotické společnosti, v surrealistickém snu, který se stal skutečností. Všechno, co nám média ukazují, působí trochu jako surrealistický sen, koláž obrazů násilí, konzumu a touhy. Tak vypadá vše kolem nás, včetně současného designu. Nikdo z nás není normální. A to souvisí s masovou uměleckou produkcí." Také Nicholas Mirzoeff mluví o aktivitě na sociálních médiích jako o performance, s odkazem na Richarda Schechnera a jeho "dvakrát přebrané jednání"¹⁷. Identitu pojímá v širším významu jako sociální performance, často realizovanou právě prostřednictvím sociálních médií.

¹⁷ MIRZOEFF, Nicholas. *Jak vidět svět*. Přeložil Andrea PRŮCHOVÁ HRŮZOVÁ, přeložil Jan J. ŠKROB. Praha: ArtMap, 2018. str. 59.

3. Projekt *selfie chi*

Praktickou částí mé bakalářské práce byl projekt s názvem *selfie chi*, kterým se budu v této části šířeji zabývat. Tento název je složením dvou slov: „selfie“ a „chi“. „Dnes se pod pojmem selfie rozumí obraz osoby (nebo obraz jehož je součástí), který si pořizuje sama pomocí fotoaparátu drženého na délku paže.“

¹⁸ Jak zaznívá v propagačním videu¹⁹, které v rámci projektu vzniklo: Chi můžeme přeložit jako síla nebo energie. *selfie chi* by se tedy dalo přeložit jako síla sebe sama “the power of yourself”. V tomto projektu jsem se zabýval využitím sociálních médií jako inscenačního nástroje. Inspirací pro mě v tomto směru byly tzv. flash mobs, u kterých hrají sociální média roli jakéhosi prostředníka, jejich účastníci se předem dohodnou, zorganizují a připraví právě prostřednictvím sociálních médií.

Ambicí projektu bylo učinit z diváků sociálních médií aktéry živé události. Narozdíl od flash mobů v tomto projektu nestál ve středu zájmu divácký zážitek náhodných kolemjdoucích. Cílem bylo vytvořit takové podmínky, aby přímo účastníci mohli vnímat svoje jednání divácky. *selfie chi* nestojí na spektakulárnosti, bleskovém strhnutí pozornosti na několik aktérů ve veřejném prostoru, docházelo spíš k nezáměrné a jemné interakci účastníků akce s kolemjdoucími. Šlo o hledání diváctví v introspektivním módu, ne přidávání další atrakce do kulis centra města.

Divadlo a performativní umění obecně, je vždy v nějaké míře konfrontační. Tento aspekt přináší ontologický základ divadla, tak jak o něm mluví Jaroslav Etlík: “ontologický základ divadla, to jest především ono setkání lidí s lidmi v jednom místě a ve stejném čase”²⁰. Tento princip samozřejmě hraje roli u jakékoli živé události, nemusíme ho vztahovat jen na divadelní představení. Konfrontace ve smyslu setkání.

¹⁸ MIRZOEFF, Nicholas. *Jak vidět svět*. Přeložil Andrea PRŮCHOVÁ HRŮZOVÁ, přeložil Jan J. ŠKROB. Praha: ArtMap, 2018. ISBN 978-80-906599-5-7. s. 66.

¹⁹ this is selfie chi. In: Facebook [online]. 28.05.2019. [cit. 2020-05-16]. Dostupné z <https://www.facebook.com/selfiechi/videos/451464518758601/>

²⁰ ETLÍK, Jaroslav. Divadlo jako zakoušení: Vztah noetického a ontologického principu v divadelním umění. In: Divadelní revue 10, č. 1, 1999, s. 23. ISSN: 0862-5409.

Naopak u diváctví sociálních médií je ontologický princip nepřítomný. Také nastavení těchto médií (zmiňuji se o něm v úvodní části kapitoly Sociální sítě, sociální média, a jejich diváctví), která se divákovi neustále přizpůsobují, a zároveň ho vedou mediálním prostorem, vytváří spíše opak konfrontace a setkávání. Divákům je nabízen obsah, který je pro ně potenciálně zajímavý, a zároveň odpovídá jejich pohledu na skutečnost.

V tomto smyslu sociální média paradoxně vytváří diváckou pasivitu. V jejich zájmu není konfrontovat diváky s obrazy, které by měnily jejich pohled, naopak je uklidňují, utvrzují ve stávajícím názoru. To neznamená, že by samotný obsah nemohl být pro diváky šokující nebo znepokojivý. Je však podáván optikou tvůrců, kteří sdílí podobný pohled.

Divadlo, potažmo veškeré živé umění, naopak vyžadují diváka aktivního - jednajícího. Aby mohlo k události vůbec dojít, je nutná fyzická akce – přemístit se v určitý čas na určité místo. Už to je výrazná investice. Během události dochází k interakci s dalšími diváky na tělesné a sociální úrovni. Následuje další konfrontace, a to s aktéry a jejich jednáním, teprve pomocí živé komunikace "teď a tady" se realizuje dílo, na kterém mají stejně důležitý podíl tvůrci (aktéři) i diváci.

Sociální média mají však výrazný aktivizační potenciál, který dokazují i zmiňované flash moby. Rozhodl jsem se těchto kvalit využít a spojit je s kvalitou sdíleného zážitku, která je vlastní živému umění.

Dalšími důležitými aspekty, se kterými jsem pracoval v rámci selfie chi (a také v projektu Das Theaterstück) je divácké nepohodlí a určitá míra deprivace (minimalizace aktivity ze strany tvůrce). Vnímám je jako opozici vůči smyslové přehlcenosti, kterou poskytuje mediální prostor současnosti. Tedy, v ideální situaci dostanou diváci právě takové množství informací a podnětů, aby byli motivováni reagovat víc než je běžné²¹. Aby vstoupili do situace a přitom byli stále diváky.

²¹ Tyto podněty se měly v rámci projektu selfie chi odehrávat pouze v rámci sociálních médií, od čehož jsem během realizace upustil. O důvodech toho rozhodnutí se zmíním v následující podkapitole.

Samozřejmě nejde v kontextu performativního umění o zcela přelomový nebo unikátní přístup. Komunikace mezi tvůrci (příp. aktéry), dílem a diváky je přítomná v každé performativní události a divácká aktivita je nutná k percepci jakéhokoli díla - ať už se jedná o živou událost, fotku nebo např. video.

Určitý zlom však nastává přibližně na přelomu padesátých a šedesátých let dvacátého století. Ten pojmenovává teatroložka Erika Fischer-Lichte jako performativní obrat v umění. Jedním z klíčových pojmů, se kterým v tom kontextu operuje, je participace. Od tohoto momentu není možné o divácích představení uvažovat pouze jako o divácích. Jsou v prvé řadě účastníky události. Dále je také akcentována kolektivnost zážitku, propojení všech účastníků akce (diváků i aktérů) do jedné skupiny, kde však každý jednotlivec ovlivňuje dění svou individualitou a tělesností. V této době dochází také ke vzniku (a definici) happeningu. Tento druh události diváckou roli dokonce odmítá. Allan Kaprow, tvůrce prvních happeningů, prohlašuje, že publikum by mělo být zcela eliminováno²². Diváci mají být vtaženi do události, a především se jí mají účastnit.

Tyto změny přístupu k diváctví bychom mohli pojmenovat jako změnu perspektivy, nebo spíš její rozbití - nedíváme se na dílo zvenku jako uzavřenou záležitost, ale vstupujeme do něj. Pohled, a tím pádem i zážitek každého diváka je unikátní. Účastníci těchto happeningů často dostávali instrukce, byli explicitně vyzýváni k akci. Divácká úloha může být redukována, v tom smyslu, že část účastníků už nemá vymezenou roli přihlížejících. Diváctví samo však nikdy není eliminováno úplně, zůstává módem vnímání. Vnitřním nastavením, které umožňuje vnímat s odstupem, a to i když se události aktivně účastníme.

²² CARPENTIER, Nico. *Media and Participation: A site of ideological-democratic struggle*. Bristol, UK: Intellect, 2011, s. 57. ISBN 9781841504070.

3. 1. Divákem sebe sama

Samota je jedním z často skloňovaných pojmů současnosti. Skvělou metaforou této veřejné samoty je zmiňované selfie - obraz sebe sama. K jeho vytvoření nepotřebuji nic než sebe a chytrý telefon s přední kamerou. Zdánlivě egomanické počínání. Utvrzování se o své existenci, hodnotě a vzhledu. Snažíme se ukázat tak, jak bychom se rádi jevíli. *„Každé selfie představuje performanci ukazující to, jak si daný člověk přeje být druhými viděn.“*²³ Pořízení si selfie může být ale i výzvou, podobně jako aktivita před zrcadlem, kdy zkoumáme akce, gesta, mimiku, úhly, pohledy, svoje tělo a snažíme se je ovládnout. Nacvičujeme, zkoušíme, konstruujeme svou identitu.

Lze být sám v tvůrčím procesu? Můžu být divákem i tvůrcem jednoho momentu?

Možnost stát se divákem svého vlastního *obrazu*, působí naprosto samozřejmě. Vizualita a staticnost obrazu nám cestu k diváckému zážitku usnadňují. Jestli se díváme na obraz sebe sama, nebo obraz čehokoli jiného, nic nemění na tom, že na oba nahlížíme divácky, s odstupem.

Ale stát se divákem svého jednání? V rámci projektu selfie *chi* jsem se zabýval hledáním způsobu, jak divácký zážitek rozšířit na dění teď a tady. Sdílet zážitek ze svého jednání a své tělesnosti sám se sebou.

Jedním z cílů provádění *selfie chi* je umožnit divákovi, aby se konfrontoval sám se sebou. K tomu napomáhá vytvoření a následné sledování vlastního obrazu. Cílem je, aby začal vnímat ne v rámci obrazu, ale před obrazem. Tedy jednak prožít událost tvorby selfie na tělesné úrovni, jednak plně si uvědomit performativní rozměr tohoto aktu, případnou interakci s okolím, a nakonec způsob jakým se chystám prezentovat svůj obraz, a co to znamená.

Co vede k pořízení obrazu? Jak stojím, jak dýchám, kde se nacházím, jací jsou okolo mě lidé, proč se tvářím tak, jak se tvářím?

²³ MIRZOEFF, Nicholas. *Úvod do vizuální kultury*. Praha: Academia, 2012. Vizuální studia. ISBN 978-80-200-1984-4 s. 65.

Od počátku jsem měl na mysli využití fyzického a choreografického potenciálu pohybů, které bezděčně selfičkáři během pořizování snímků vykonávají. Zaujal mě způsob, jakým technologie v takových situacích vede člověka. Chytré telefony fungují jako jakési prodloužení ruky (v případě použití selfie tyče přímo doslovné), a zároveň zrcadlo, pomocí kterého kontrolujeme svůj vlastní obraz. "Fotografické gesto je lovecký pohyb, při němž fotograf a aparát splývají v jedinou nedělitelnou funkci."²⁴ Fenomén selfie je bezpochyby přímým následkem instalování přední kamery na iPhone a pozdější chytré telefony. "Vlna selfie odstartovala konkrétně v roce 2010, kdy došlo k umístění vysoce kvalitních předních fotoaparátů na iPhone 4, což v mžiku přebraly ostatní přístroje."²⁵ Většina pozornosti je v momentu tvorby přesunuta do telefonu, jakoby se do něj rozšířilo tělo a s ním i vědomí. Zároveň dochází k zajímavému jevu, kdy člověk začíná nahlížet na svět i sebe 'skrz kameru'. Svět se stává materiálem pro tvorbu fotky. V případě selfie platí to samé i pro tvůrce - aktéra, který se stává námětem a zároveň zachycuje sám sebe, nebo postoj k sobě samému, v momentu tvorby.

Poprvé jsem si těchto situací začal všimnout ve veřejném prostoru, kde se dá jednoduše pozorovat. Město je v takovém módu tvorby pozadím pro prezentování situace, která se nám jeví jako zajímavá. *Nezachycujeme situaci, která nás zaujala. Vytváříme ji.* I přesto se tvůrce selfie často ocitá v prostoru, který mu "nepatří", nemá ho pod kontrolou. Sdílí ho s ostatními lidmi a často se v něm nedokonale orientuje. Přirozeně vznikají vztahy tvůrce selfie (aktéra) s prostorem a mezi aktérem a kolemjdoucími (potenciálními diváky). Tyto vztahy jsou však všemi zúčastněnými zpravidla ignorovány. Fotografující jsou v těchto chvílích nedotknutelní, ostatní se je snaží nevyrušit, a nenarušit svou přítomností fotografii, zároveň je mažou ze svého zorného pole. Fotografující, na druhé straně, jednají jako by vlastně neexistovali, nebyli účastníky veřejného dění, což je možné díky splynutí s ním aparátem. Situace při tvorbě selfie ve veřejném prostoru je ještě kurióznější: fotografující si zachovává

²⁴ FLUSSER, Vilém. *Za filosofii fotografie*. Přeložili Božena KOSEKOVÁ, Josef KOSEK. Praha: Hynek, 1994. Punkt. ISBN 80-85906-04-x s. 32.

²⁵ MIRZOEFF, Nicholas. *Jak vidět svět*. Přeložil Andrea PRŮCHOVÁ HRŮZOVÁ, přeložil Jan J. ŠKROB. Praha: ArtMap, 2018. ISBN 978-80-906599-5-7. s.66.

status "neviditelného" a zároveň tím, že se zaměřuje na sebe a svůj vlastní obraz, zcela ztrácí kontakt s okolím. Tyto krátké okamžiky na mě zároveň působily jako introspektivní, nabízející prostor pro zastavení, a to díky soustředění na provedení technického úkonu. Pokusil jsem se tedy skrze *selfie chi* divákům umožnit toto soustředění rozšířit na celou situaci.

3. 2. Průběh projektu

Místem, kde jsem čerpal materiál, a kde se později odehrávala výrazná část projektu, bylo Staroměstské náměstí v Praze. Toto místo jsem zvolil, protože v jakékoli denní době zde bylo možné najít mezi fotícími turisty i několik selfíčkářů²⁶. Začal jsem je fotit a natáčet ve zvláštních pozicích, do kterých se během focení bezděčně dostávali. Posléze jsem z nich vybral deset nejtypičtějších. Ty jsem porovnával s úspěšnými selfie, a snažil se z nich načerpat jazyk této formy - nejčastější úhly záběru, typické výrazy obličejů, práci se světlem. Vznikla tak řada deseti pozic, které jsem později zredukoval na osm a jednu počáteční, přípravnou pozici, ve které se aktér nefotí.

Tento sled pohybů se stal základem *selfie chi*. Zpočátku nebylo jasné, kdo bude tuto choreografii provádět. První možností bylo věnovat se *selfie chi* o samotě (případně ho sdílet pouze s aktéry, které přímo oslovím a náhodnými kolemjdoucími), druhou možností bylo pokusit se rozšířit *selfie chi* pomocí sociálních médií. Rozhodl jsem se pro druhou možnost. Zajímali mě především lidé, kteří si selfie běžně dělají, a hledání způsobu jak je zaujmout a vyzvat k účasti.

Z tohoto rozhodnutí vyplynul úkol - najít vizuální jazyk, který bude dostatečně zajímavý, aby selfíčkáře oslovil (bude odpovídat jazyku sociálních médií), a zároveň zachová meditativní rozměr cvičení. Při prvních *selfie chi*, kdy jsem cvičil sám, se navíc ukázalo, že divácký zážitek pro kolemjdoucí je minimální. V kontextu dění na Staroměstském náměstí jsem nevyvolal téměř žádnou pozornost.

Vytvořil jsem návod (jeho forma se postupně měnila, ovlivnily ho zkušenosti ze *selfie chi lessons*, při kterých jsem cvičení vysvětloval). Ten obsahoval následující body: sada devíti pozic, na každou z nich má cvičící deset vteřin²⁷,

²⁶ Lidí, dělajících si selfie, server Čeština 2.0 tento pojem definuje následovně: "muž, který si v jednom kuse pořizuje selfička; žena je pak selfíčkářka" (Selfíčkář. Čeština 2.0 [online]. [cit. 2020-05-16]. Dostupné z: <https://cestina20.cz/slovník/selfickar/>)

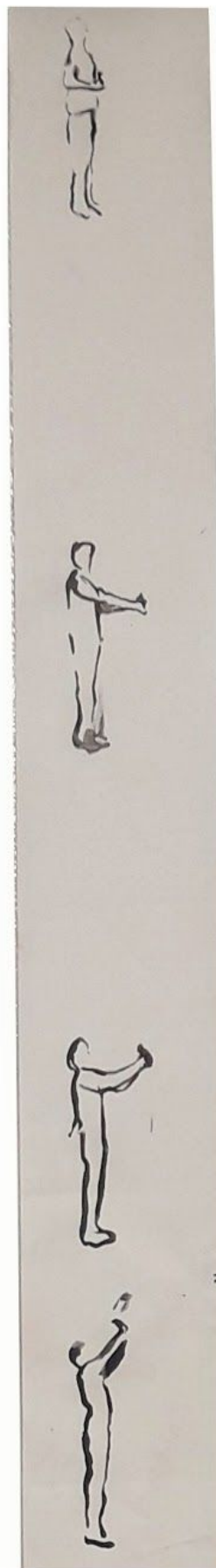
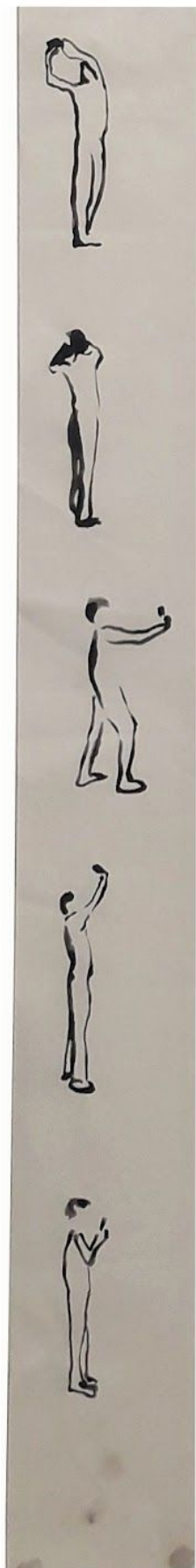
²⁷ Deset vteřin je čas, na který funguje samospoušť u všech telefonů s přední kamerou, se kterými jsem se setkal.

selfie chi se provádí na atraktivním místě a je předepsán způsob dýchání (během oněch deseti vteřin proběhne jeden výdech a nádech). Pro prezentaci návodu jsem zvolil dva materiály - video, ve kterém selfie chi vysvětluju a tušovou malbu, která zobrazuje jednotlivé pozice. Inspiroval jsem se východoasijskou tradicí - konkrétně kaligrafií a tušovou malbou nebo např. učebnicí bojového umění.

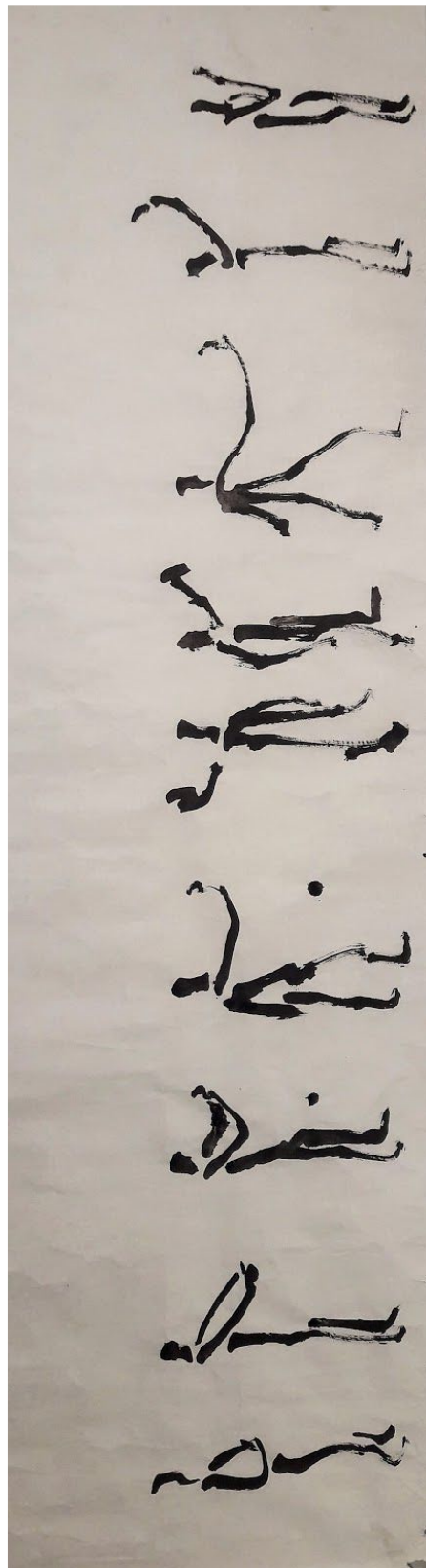
Dal jsem si za cíl vytvořit malbu, která bude rychlá, jednoduchá a zároveň jednoznačná, asi jako návod k nábytku, který si sestavíte sami doma. Na podobě vizuálního návodu jsem pracoval od začátku do konce projektu (tedy přibližně osm měsíců) a vznikla asi stovka jednotlivých "svitků". Postupně jsem přešel od vertikální kompozice k horizontální (ta přece jen víc odpovídá evropskému způsobu čtení vizuálního obsahu), tedy čtení zleva doprava. Experimentoval jsem např. s druhy papíru, tloušťkou linky nebo rychlostí záznamu jedné pozice. Snažil jsem se, aby byl návod co nejčitelnější, měl podobu vizuálního textu. I v tomto ohledu pro mě byla východní kaligrafická tradice inspirativní. Jednotlivé znaky, se kterými se v čínské či japonské malbě pracuje, mají původ v reálných předobrazech, jsou vizuální popisem reality. Tyto obrazy pak byly zjednodušovány, s důrazem na jejich sémantický rozměr. Z obrazů se staly znaky. Kaligrafie jim opět navrácí jejich prostou vizualitu, vznikají kompozice na hranici čitelnosti. Jejich povaha visí někde mezi abstraktním obrazem, textem, který může být přečten, a záznamem akce. V případě selfie chi tento záznam slouží zároveň jako scénář budoucí akce, která může být znovu zaznamenána, a tento záznam sloužit jako inspirace k další akci ... Důležitý je přítomný, (zpřítomňující) okamžik. A to jak při tvorbě malby, tak při její fyzické rekonstrukci, performanci, i ve chvíli vytvoření selfie.

Jak už jsem zmínil, svitky s malbami, i konkrétní podoba pohybů vznikaly v rámci *selfie chi lessons*. Maloval jsem nejčastěji podle živého modelu = cvičícího. Malby, které vznikly během lekcí byly podstatně živější a zároveň čitelnější, než ty které jsem dělal s pomocí video záznamu nebo fotek. Tato setkání probíhala tak, že jsem cvičící přivítal, představil jim selfie chi a ukázal některý ze svitků, který už jsem měl hotový, ti podle něj procházeli skrz jednotlivé pozice, které jsem zároveň zaznamenával. Jako naprosto zásadní pro to, jak přesně je člověk schopný pohyby provést, se ukázal být pohled ze

kterého byl návod vytvořen. Zajímavé je i to, že pozice není snadné zrekonstruovat podle samotných selfies, je nutné poskytnou cvičícímu pohled zvenku. Takto vznikla setkání, která sice nebyla naplněním původního cíle, i přesto jsou neoddělitelnou součástí projektu. Zážitek však zůstal mezi mnou a účastníkem lekce.



Fotografie č. 2 (příloha č. 2): první svitek selfie chi (autor)



Fotografie č. 3 (příloha č. 3): poslední svitek *selfie chi* (autor)

3. 3. Závěr projektu a reflexe

V další fázi už jsem pracoval s použitím sociálních médií, konkrétně prostřednictvím Facebooku. Vznikla stránka selfie chi, kde bylo prezentováno jak zmiňované propagační video, tak vyobrazení pozic s popisem, a selfie (zpočátku pouze moje), vznikající v rámci projektu. Cílem bylo nejprve vybudovat diváckou základnu, a poté uživatele vyzvat k participaci pomocí facebookových událostí, které jsem pojmenoval *selfie chi sessions*. Možným vyústěním bylo též virální šíření stránky, nebo pouze videa, bez přesahu do světa mimo Facebook.

V době psaní této práce "oslovilo" video 44 lidí, u 19 z nich vyvolalo "zájem", celkový počet sledujících stránku selfie chi na Facebooku je 93, z toho jen deset nemá mezi přáteli. V tomto smyslu se mi podařilo dosáhnout minimální reakce. Příčin tohoto faktu je několik. První z nich sledávám v 'sociálním' rozměru. Divácká základna, kterou disponuje moje facebooková persona, není tak rozsáhlá, aby stránka selfie chi okamžitě po jejím zveřejnění vyvolala výraznější reakci. Nezobrazí se zkrátka dostatečnému počtu diváků, kteří by s ní mohli interagovat. Na platformy, které jsem před začátkem projektu využíval (Facebook a Instagram), jsem nenahlížel jako možnosti prezentace či sebeprezentace, ale účelově jako na komunikační nástroje, případně možnost rozptýlení. Neměl jsem zkušenosti ani s algoritmy, ovlivňujícími dosah příspěvků, ani s placenou propagací, které mohly šíření *selfie chi* napomocet. Tyto skutečnosti přesto nevnímám jako klíčové. Obsah sociálních médií se může stát virálně šířeným, i když není to není záměrem jeho tvůrců. Nemusí být součástí již vybudované osoby nebo image.

Za klíčové však považuji to, že jsem nenašel adekvátní *jazyk*, který by obstál v kontextu do kterého jsem se rozhodl zasáhnout, a zároveň uspokojil mě, jako tvůrce. Nechtěl jsem jen vytvářet další z děl, které v daném kontextu zapadnou, naopak jsem ho chtěl zpochybnit, otevřít směrem ven.

Rozhodujícími faktory se ukázaly být vlastnosti mediálního obsahu, respektive digitální performance, které jsem charakterizoval v podkapitole *Autorství a 'autenticita'*. Rozhodl jsem se nejít cestou *memů*, ve smyslu navázání na již existující 'osvědčené' struktury, které bych přetvářel či citoval. Taková cesta se mi zdála jako příliš afirmující, neposkytující divákům možnost stát se aktivními, nebo si svou aktivitu plně uvědomit. Video sice mělo jistý potenciál obstát aspoň na úrovni humorné podívané. Přínosná byla v tomto ohledu konfrontace jednak s náhodnými kolemjdoucími, jednak s facebookovými přáteli, kteří nejsou přímou součástí bubliny, ve které se pohybují. Ani jedna z těchto skupin nechápala, proč by měla něco takového dělat, nebo v čem může být samotná tvorba selfie zajímavá. Zkrátka k nim tato aktivita sama o sobě nijak nepromlouvala.

Minimalistická, ztišená výtvarná podoba, kterou jsem *selfie chi* dal, nemohla stačit. Překonat tento problém mi zabránily vlastní estetické požadavky, touha po 'čistých' obrazech, které měly být alternativou k tomu, s čím v rámci sociálních médií běžně setkáváme. V kontextu přebíjejících se vizuálních stimulů tyto obrazy zapadly.

Selfie, která jsem prostřednictvím stránky zveřejňoval, byla na opačném pólu. Zapadla právě tím, že byla moc podobná ostatním projevům v proudu. Diváky často ani nenapadlo, že za selfie je 'něco víc', že by se něčím odlišovala od ostatních obrazů.

Druhou cestou bylo do performance v rámci sociálních médií zapojit vlastní identitu, pracovat s tvarováním persony. Roli protagonisty jsem nebyl ochoten plně přijmout. Zajímali mě diváci, a jejich vlastní performance, pokud možno realizovaná fyzicky, ve vnějším světě. Aby se taková možnost naplnila, bylo však třeba nabídnout jim nějaký materiál, ke kterému by se mohli vztahovat, který by v nich mohl probudit zájem. Bylo nutné buď investovat nějakou část své osobnosti, nechat se kontaminovat strategiemi, které jsem se chystal zpochybňovat, nebo vytvořit zcela fiktivní personu. Jak už jsem popsal, pro účely digitální performance příliš nezáleží, do jaké míry vycházíme z vlastní osobnosti, důležité je zdání autenticity vyvolat. Nevydal jsem se ani jednou z cest, a nejspíš proto ambice projektu vytvořit inscenovanou událost, zůstala nenaplněna.

V poslední fázi, kdy jsem *selfie chi* prezentoval jako klauzurní projekt, jsem se rozhodl tato očekávání opustit. Jaký smysl by měla událost, které se nikdo nezúčastní? Místo toho jsem se rozhodl jít cestou osobního setkání, která se ukázala jako funkční při *selfie chi lessons*. Nejprve jsme se tedy potkali s pozvanými diváky, kteří předem věděli pouze, že budou potřebovat smartphone. Vysvětlil jsem jim, o co v *selfie chi* jde, a ukázal sadu pohybů. Při této lekci jsem se nijak výrazně nestylizoval, pouze jsem se snažil předat instrukce, a přitom být soustředěný. Přesto zcela samozřejmě došlo k vytvoření nějaké formy osoby (nebo postavy), skrze níž jsem s diváky interagoval, byť se mnou sdílela většinu vlastností. Ukázalo se tak, že to byl přesně rozměr, který *selfie chi* na Facebooku chyběl - osobitost nebo osobní angažovanost. Ochota prezentovat sebe sama, a tak vyzvat diváky k podobné akci.

Víc než třetina lidí, která se účastnila avizované lekce, šla opravdu cvičit na náměstí, byť na to nebyli předem připraveni, dozvěděli se o tom až na samotné lekci. Celkově jsem se během projektu setkal s vzájemným pochopením, pokud mluvím o osobních setkáních. Samozřejmě to mohlo být způsobeno i sociální bublinou, ve které se pohybují. Lidí, kteří si zacvičili *selfie chi* a nebyli ze školního prostředí, nebo jsem je předem neznal, bylo naprosté minimum. Během akce vyvstal na povrch opačný pól původně očekávaného. Diváci se stali v pravém smyslu slova účastníky, došlo ale také ke zpřítomnění *sociálních sítí*, jak je typické pro divadelní představení či happeningy. Náplní událostí nebyla samota, zaznamenaná a následně šířená, introspektivní zkušenost. Naopak docházelo ke komunikaci mezi jednotlivými účastníky, a také mezi jejich obrazy, později se zapojili i kolemjdoucí. Účastníci spolu komunikovali jak verbálně, tak nonverbálně, sledovali ostatní i sami sebe, a tyto procesy zveřejňovali, komentovali.

Nepodařilo se mi však dostat se k cílové skupině, která mě původně zajímala. Propíchnout pomyslnou bublinu. Nejdůležitějším zjištěním tak pro mě je, že před realizací projektu, v rámci něhož se snažíme oslovit diváky s výrazně jinými zkušenostmi a očekáváními, než z kterých vycházíme my, je nutné takové diváky co nejlépe poznat. Poznat jejich jazyk, zjistit jestli je může zaujmout to, co se jim chystáme nabídnout, jestli to potřebují. Být schopni

uzpůsobit naše očekávání aktuálnímu stavu. Obzvláště důležité je navázat takový dialog u projektů, který vyžadují výraznou participaci diváka. Být tichý mezi hlasitými nefunguje.



Fotografie č. 4, fotografie č. 5, (příloha č. 4, příloha č. 5): selfie, autor Štěpán Gajdoš



Fotografie č. 6 (příloha č. 6): selfie, autor Štěpán Gajdoš

4. Projekt Das Theaterstück

Druhým projektem, který se zabýval zejména hranicí mezi diváctvím a herectvím je projekt s názvem *Das Theaterstück*. Zde jsme vycházeli z otázek: Může být divadlo bez herců? Za jakých okolností mohou diváci přijmout hereckou roli, a jak to promění jejich vnímání představení? "V divadle běžně aktéři jednají – pohybují se prostorem, gestikulují, střídají výrazy, manipulují s objekty, mluví nebo zpívají – a publikum vnímá jejich jednání a reaguje na ně."²⁸ Může být reakce bez akce?

²⁸ FISCHER-LICHTE, Erika. *Estetika performativity*. Mníšek pod Brdy: Na konáři, 2011. Teorie (Na konáři). s. 51. ISBN 978-80-904487-2-8.

4. 1. Průběh projektu

Projekt vznikl v rámci předmětu Intermediální tvorba, jehož cílem je propojit studenty z kreativních a technických oborů. Zadáním bylo vytvořit performativní akci s použitím technologie. Mojí prvotní myšlenkou bylo vytvořit událost, která by průběhem odpovídala divadelnímu představení, a to bez účasti performerů, kteří by věděli o své roli a byli na ni nějakým způsobem připraveni. Právě technologie se ukázala být zajímavou a funkční možností, jak takovou situaci uskutečnit.

Podobně jako v předchozím projektu, jsem vycházel z přesvědčení, že čím více prostoru mají k dispozici performeré nebo připravený materiál, tím méně prostoru zůstává pro diváky a náhodu, nezáměrnost, možnost. „V šedesátých letech se ústředním prvkem performativního obratu stala nahodilost. Jako jeden z aspektů představení byla nejen akceptována, ale přímo vítána. Do centra pozornosti se dostala zpětnovazební smyčka jako autoreferenční, autopoietický systém, který sliboval záměrně otevřený, nepředvídatelný proces, jež během představení není možné přerušit ani ovládnout. Od možnosti ovládnutí průběhu představení se zájem přesunul ke zkoumání modu operandi jako autopoiesis. Jakým způsobem se při představení aktéři a diváci ovlivňují? Čím je taková interakce podmíněna? Na jakých faktorech závisí její průběh a výsledek? Nejde spíše o společenský než o estetický proces?“²⁹ Tato nahodilost však nevyklučuje existenci struktury, ani nemění podstatu diváctví. Proměna nastává v tom smyslu, že význam není předem stanoven, aby byl následně přečten. Význam vzniká teď a tady, rodí se z průběhu události.

Základní koncept jsem formuloval takto: diváci dostanou informaci, že přišli na divadelní představení. Ovšem nebudou vědět, že dokud sami nezačnou vykonávat nějakou akci, k ničemu nedojde. Na jejich pohyb a zvuk, bude reagovat technologie, tedy např. při dostatečném hluku se rozsvítí světlo, když se vydá několik diváků do hracího prostoru, ozve se určitý zvuk atp.

²⁹ FISCHER-LICHTE, Erika. Estetika performativity. Mníšek pod Brdy: Na konáři, 2011, s. 54. Teorie (Na konáři). ISBN 978-80-904487-2-8.

Dál už jsme projekt rozvíjeli v tříčlenném týmu, společně s Filipem Trefilem a Terezou Saitzovou. Hledali jsme tvar, který by byl *divadlem bez herců*, nebo *divadlem diváků*, zkrátka divadelní kus sám pro sebe. Jako dvě možnosti, na které by mohla technologie reagovat, jsme zvolili zvuk a pohyb. Tedy hlasový a ruchový projev diváků a jejich pohyb v prostoru generoval jednoduché divadelní efekty – světelné změny a zvukové nahrávky. Původně jsme uvažovali o formátu instalace, která by „pouze“ reagovala na diváckou aktivitu a vytvářela tak náhodnou, námi neovlivnitelnou, kompozici. Nakonec jsme dospěli ke sledu „úkolů“, které vytvářely lineární děj, vyplýval totiž jeden z druhého. Vytvořili jsme scénář, který obsahoval šest za sebou jdoucích virtuálních „prostředí“ - ta umožňovala vždy zkoumání principu a prostředí, hraní si v daném rámci (a tedy rozvíjení diváckých akcí, komunikaci a prostor pro volné asociace) a zároveň přišel po provedení akce, kterou jsme definovali my, jasný konec. Například tři světla se rozsvěčují, když někdo z diváků vydá zvuk - a to podle frekvence, jedno světlo reaguje na nejhlubší zvuky, druhé na střední tóny a třetí na nejvyšší pásmo. Potom se rozsvítí všechna světla najednou, přichází tma a s ní další úkol. My jsme divákům nabídli pouze zvukové efekty, světla a kouř. Inspirací pro strukturování a průběh jednotlivých „scén“ nám byl Goethův *Faust*. Tento text poskytuje jednak velké množství scénických efektů, kterými jsme se mohli nechat inspirovat, dále pak téma člověka, který musí podstoupit riziko neznámého, aby se něco dozvěděl. To korespondovalo se situací, ve které se ocitli diváci. Náznaky se objevily i v programu, což byla jediná věc, kterou každý divák disponoval (kromě místa na židli v kruhovém hledišti). Anotací k představení byl následující citát:

„Zde: „Na počátku bylo slovo!“ čtu.

Ale jak dále? Nesnáž je hned tu.

Nelze mi slovo přec tak v úctě míti,

musím to jinak přeložiti;

ačli že duch mě řádně osvítí,

stojí tu: Pojem na počátku byl.

*Dobře si rozvaž první řádku,
neukvapuj se na počátku!
Že vznikala by z pojmu všechna díla?
Má stati: Na počátku byla síla!
Leč ještě jsem to ani nenapsal,
a cos mě nutká, abych hledal dál.
A náhle, osvícen, zřím do hlubin.
Já napíšu: Byl na počátku čin!³⁰*

Poté, co jsme v sále zhasli, jsme už neměli žádnou kontrolu nad situací. Během generální zkoušky, která byla zároveň první zkouškou s diváky, jsme totiž zjistili, že naše přítomnost výrazně ovlivňuje atmosféru – diváci nás neustále pozorovali a sledovali naše reakce, byť jsme se snažili na sebe nepoutat pozornost.

³⁰ GOETHE, Johann Wolfgang. Faust. Přel. Otokar Fischer. 1. vyd. Praha : Státní nakladatelství krásné literatury, hudby a umění, 1957. s. 47. Knihovna klasiků, sv. 4

4. 2. Reflexe

Celkem proběhla tato událost dvakrát, zde je reflexe jedné z diváček první skupiny:

"Přijala jsem pozvání na představení Das Theaterstück. Netušila jsem co uvidíme, co uslyšíme, co bude, co z toho bude.... Po zjištění, že se „to“ bude odehrávat ve sklepě mi začaly hlavou probíhat otázky: Bude tam zima? Zavrou nás tam a zhasnou a na jak dlouho? Chci tam jít?"

Šla jsem, usadili nás asi deset diváků na židle vyrovnané do kruhu a představení může začít.

Čekám, děje se NIC, ostatní čekají také. Ticho, skoro tma a zima mi kupodivu nevadí. Po pár minutách se občas někdo zasměje, uchichtne se a zavrtí na židli. A občas se ozve nějaký zvuk nebo je to nějaké světlo které dokáže naše malé společenství diváků začít uvolňovat? Říkám si to asi bude dlouhá předehra při které se nic neděje. Máme se asi zamyslet a koncentrovat. Najednou místností po zemi projede lahev s vodou kterou tam hodila nějaká slečna (divák!?) a točí se. Přitom se rozezní hudba víc a víc a lahev se točí. Někdo vyskočí ze židle a začne trsat. Hudba přidává na síle. Mění se melodie.

Nezvedám se ani netrsám (i když bych moc chtěla). Tak přihlížím jak ostatní v kruhu uprostřed našeho „jeviště – hlediště“ trsají, smějí se, točí lahvemi....

Hudba slábne a zase se objevuje. Kameru na stropě jsme taky našli. Beze slov."

V první skupině bylo (jak je vidět z popisu) několik diváků, kteří zůstali v čistě diváckém módu od začátku do konce. Ostatní ale neustále oscilovali mezi aktivní činností a pozorováním. Na počátku byli všichni v divácké roli - nečekali, že by to mělo být jinak. Tak to bylo definováno situací, které jsme diváky vystavili. Když ale zjistili, že bez jejich jednání k ničemu nedojde, přijali aktivní roli. Zůstali aktivními diváky, tak jako dítě, které svou aktivitou provokuje herce během představení a čeká jak zareagují - není si ale vědomo toho, že vstupuje do představení? Tedy zůstaly pro ně diváckým zážitkem samotné efekty a svoje akce vnímali jako způsob jak do nich zvenčí

zasáhnout? Nebo plně přijali roli aktéra, který svým jednáním vytváří divácký zážitek pro ostatní?

Zde je zpětná vazba divačky z druhé skupiny:

“Myslím, že na začátku vládla určitá nejistota od všech přítomných lidí, protože nikdo nevěděl, co má vlastně dělat nebo jestli má vůbec něco dělat. Lidi po sobě pokukovali, navzájem se uváděli do rozpaků, nikdo nevěděl, jestli náhodou není někdo skrytý herec. Myslím, že jsme docela rychle pochopili, že se začíná něco dít, když se hýbeme, kašleme atd. To byl ten zlomový moment, většina lidí se přestala bát, dokonce začala chodit po prostoru a snažit se nějak interagovat se světlem, atd. Tady podle mě nastává zajímavý okamžik, kdy se část lidí stává performery, ale to se může neustále měnit, podle toho, kdo zrovna něco dělá, nebo na koho jsem zaměřila svoji pozornost. Takže to vlastně nemusí být ani aktivně jednající člověk. Víím, že mě bavilo pozorovat ostatní a nic nedělat. Takže jsem teoreticky zůstala divákem. No teď jak nad tím přemýšlím, tak jsme se vlastně stali performery všichni už od začátku.”

Klíčovým pojmem, o kterém, a se kterým se zde hrálo, je očekávání. Každý divák měl nějaká očekávání plynoucí z informací, které dostal před vstupem do hracího prostoru. Ta byla následně u všech diváků zpochybněna, aby se mohli stát aktéry. Do jisté míry přistoupili na 'hru', ve smyslu *jakoby*, hravosti která leží v základu divadla. Nebyli pouze aktivními diváky, kteří by zkoumali možnosti technologie, nebo se nad ní snažili zvítězit, hrát proti ní, podobně jako např. v únikové hře. Typicky 'divácké' reakce jako smích, povzdech, či potlesk směřované k ostatním účastníkům, kteří se odhodlali k nějaké akci, je povzbuzovaly v pokračování v činnosti a zintenzivnění její stylizace. Většina účastníků si nebyla jistá, s čím konkrétně je v daný moment svázaný daný scénický efekt, jestli technologie reaguje na pozici v prostoru, gesto či slovo. Došlo i k vytvoření zárodku divadelních situací, momentům reprezentace, jako např. když se ozval zvuk netopýra a jeden z diváků složil z programu jednoduchý tvar, který animoval jako loutkou.

Pokud bych se měl pokusit definovat roli účastníků události, bylo by to právě skrze její proměnlivost. Jejich rolí byl **pohyb** mezi diváckým a aktérským. Performovaná, sdílená nejistota, hledání a snaha skrze jednání najít svou pozici v dané situaci.



Fotografie č. 7 (příloha č. 7): Das Theaterstück, autor: kolektiv

Fotografie č. 8 (příloha č. 8): Das Theaterstück, autor: kolektiv



Fotografie č. 9 (příloha č. 9): Das Theaterstück, autor: kolektiv

Fotografie č. 10 (příloha č. 10): Das Theaterstück, autor: kolektiv

5. Závěr

V práci se mi podařilo naznačit specifika diváctví sociálních médií, a jejich možného využití v rámci představení. Z popisu projektu *selfie chi* nejsilněji vyplývá potřeba poznat diváka. Pro projekty typu *selfie chi* i *Das Theaterstück*, které jsou závislé na aktivním přístupu diváků, dokonce nezbytná. Na druhou stranu představení, kterého se účastní diváci, kteří nejsou za běžných okolností ochotni vystoupit z představ o své roli, má potenciál je samotným svým průběhem měnit. Těžko však měnit diváky, když se rozhodneme, že jedinými aktéry představení mohou být oni sami, a jiné východisko, než je samotné, jim nenabídneme. Možnou cestou, kterou naznačuje *Das Theaterstück*, je hra s očekáváními, určitá forma manipulace s diváky, která vyústí v o to silnější a nekontrolovatelnější zážitek.

Je bezpochyby bezpečnější zůstat na prozkoumané půdě, přesvědčovat přesvědčené, nebo se uzavřít do vlastní bubliny. Pokoušet se o opak má smysl právě proto, že to není bezpečné. Může se stát, že během procesu tvorby narazíme na hranice každodennosti a tvůrčí akt se stane divácky nepostřehnutelným, případně se vydá zcela jinou cestou, než jsme předpokládali.

V takové chvíli přichází právě moment, kdy zabývat se tím, co se *neděje*, přestože jsme to čekali, nepřináší změnu. Změna přichází, když vnímáme přítomně.

6. Zdroje

Seznam použité literatury

SONTAG, Susan a Pavel VANČÁT. O fotografii. Praha: Paseka, 2002.

ISBN 80-7185-471-9.

FLUSSER, Vilém. Za filosofii fotografie. Přeložila Božena KOSEKOVÁ, přeložil Josef KOSEK. Praha: Hynek, 1994. Punkt. ISBN 80-85906-04-x.

MIRZOEFF, Nicholas. Úvod do vizuální kultury. Praha: Academia, 2012.

Vizuální studia. ISBN 978-80-200-1984-4.

MIRZOEFF, Nicholas. Jak vidět svět. Přeložila Andrea PRŮCHOVÁ

HRŮZOVÁ, přeložil Jan J. ŠKROB. Praha: ArtMap, 2018. ISBN 978-80-906599-5-7.

FISCHER-LICHTE, Erika. Estetika performativity. Mníšek pod Brdy: Na konáři, 2011. Teorie (Na konáři). ISBN 978-80-904487-2-8.

BARABÁSI, Albert-László. V pavučině sítí. V Praze: Paseka, 2005. Fénix (Paseka). ISBN 80-7185-751-3.

SCHECHNER, Richard. Performancia: teórie, praktiky, rituály.

Bratislava: Divadelný ústav, 2009. Svetové divadlo. ISBN 978-80-89369-11-9.

Barnes, John (1954). „Class and Committees in a Norwegian Island Parish“ Human Relations, (7).

FORET, Michal, Michal BOČÁK a Juraj RUSNÁK, O interpretaci vizuálního textu. In: Médiá a text II. Prešov: Filozofická fakulta Prešovskej univerzity v Prešově, 2008, ISBN 978-80-8068-888-2.

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.

DAWKINS, Richard, Sobecký gen. Vyd. 1. Praha : Mladá fronta, 1998. str. 174.

GROYS, Boris. Art Power. London, England: The MIT Press, 2008. ISBN 9780262518680

ETLÍK, Jaroslav. Divadlo jako zakoušení: Vztah noetického a ontologického principu v divadelním umění. In: Divadelní revue 10, č. 1, 1999, ISSN: 0862-5409.

CARPENTIER, Nico. Media and Participation: A site of ideological-democratic struggle. Bristol, UK: Intellect, 2011, ISBN 9781841504070.

GOETHE, Johann Wolfgang. Faust. Přel. Otokar Fischer. 1. vyd. Praha : Státní nakladatelství krásné literatury, hudby a umění, 1957. Knihovna klasiků, sv. 4.

Seznam elektronických zdrojů

Vítej na diaspora*: Online sociální svět, kde to máš v ruce. The diaspora* Project Dostupné z: <https://diasporafoundation.org/>

INTERNET USAGE STATISTICS. Internet World Stats. Dostupné z: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>

ZEMANOVÁ, Milada. Nová DeepFake videa jsou k nerozeznání od reality Dostupné z: https://www.focus-age.cz/m-journal/aktuality/nova-deepfake-vidoa-jsou-k-ne-rozeznani-od-reality__s288x13750.html

Smartphone users worldwide 2016-2021. Statista. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/>

Number of Facebook users worldwide 2008-2020. Statista. Dostupné z:
[https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-
facebook-users-worldwide/](https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/)