

Tipy pro práci s publikem ve veřejném prostoru

tYhle / Jakub Liška

Tento manuál vznikl na základě dat sesbíraných během projektu **tYhle na cestách** a projektu **Suitcaseboarding na cestách – rozvoj schopností práce s publikem v přeshraniční spolupráci**. V rámci nich kolektiv tYhle v roce 2024 hostoval se svými projekty v různých zemích Evropy a v České republice.

S projektem **Suitcaseboarding** hostovali tYhle v LOFFT – das Theater v Lipsku, Off-Bühne Komplex v Chemnitz, v Moving station v Plzni a na festivalu Move Fest Ostrava. Kromě představení Suitcaseboarding hostující tým vedl také pohybový workshop, který byl ukončen pohybovou intervencí ve veřejném prostoru.

S projektem **Atlas** hostovali tYhle ve Vídni na festival Grätzfest im Nibelungenviert a v Přištině na festivalu HAPU – Festival of Art in Public Space.

S projektem Icarus hostovali tYhle na Slovensku na festivalu Teen Theatre Fest v Trnavě.

Z každé hostování sbíral data člen či členka observačního týmu, kteří o nich vyhotovil podle předem určené metodiky protokol a kteří vedli formální i neformální rozhovory se zástupci a zástupkyněmi hostujících institucí. Observační tým tvořili Kiara Gezels (BE/AT), Jakub Liška (CZ), Nicole Nigro (DE) a Hana Polanská (CZ).

Projekt **tYhle na cestách** byl realizován za finanční spoluúčasti EU prostřednictvím Národního plánu obnovy.

Projekt **Suitcaseboarding na cestách – rozvoj schopností práce s publikem v přeshraniční spolupráci** byl realizován za finanční podpory Česko-německého fondu budoucnosti.

Ideové otázky

Před vstupem do veřejného prostoru se nám ukázalo důležité se zamyslet nad tím, s čím a proč tam vlastně vstupujeme a jak jej chceme proměnit. V případě hostování se tak vlastně děje vždycky, ať už se jedná o zájezd do zavedené instituce či o hraní na ulici. Pokaždé jsme totiž v „cizím“ prostředí a přinášíme tam něco „nového“. A to i v případě opakovaného hostování. Níže uvádím ideové otázky, které z našich hostování vyvstaly:

Co bude náš „úspěch“ a co „neúspěch“?

Způsob, jakým tuto otázku zodpovídáme, předurčuje, jak budeme nakládat s třemi aspekty, skrze které níže nahlížíme hraní mimo kulturní prostory. Jako úspěch přitom můžeme chápat různé věci, např. odehrání nazkoušené partitury, vytvoření nějaké specifické situace či dynamiky mezi preformujícími a publikem.

Co chceme lidem ukázat?

Do veřejného prostoru vcházíme s „iniciativou“. Něco „přinášíme“, chceme „něco“ ukázat, zvláště pokud si svůj úspěch definujeme především esteticky. Pokud je naším hlavním cílem „něco ukázat“, pak budou naším hlavním prostředkem naše vlastní umělecké dovednosti.

K čemu chceme lidi přizvat?

Tato otázka stojí trochu v protikladu proti předchozí. Zatímco když lidem něco ukazujeme, přinášíme své schopnosti a dovednosti, které „předvádíme“. V případě přizvání spíše vytváříme prostor, v němž dochází k setkání mezi námi a neznámými lidmi (a dalšími aktéry – zvířaty, auty apod.). Je otázka, v jakém rámci se toto setkání má odehrávat a co chceme, aby z něj vylynulo.

Tři základná aspekty při hraní mimo kulturní prostor

Následující tři body shrnují naše zkušenosti s performativními akcemi a intervencí ve veřejném prostoru. Ukázalo se při nich, že je třeba vzít v potaz to, jak si veřejný prostor **přetváříme pro prostor pro naši performanci**, jakým způsobem umožňujeme potenciálnímu publiku **napojit se na naši akci** a k čemu svou performativní akci **přizýváme**. Tyto tři aspekty pro mne tvoří jakési tři rozměry hraní na ulici.

I. Vytvoření nového prostoru

Když jdeme hrát „na ulici“ či obecně do veřejného prostoru, vytváříme do velké míry veřejný prostor nově. Z prostoru všední každodennosti děláme prostor neobvyklý, estetizovaný či nějakým způsobem zvláštní. Nemáme přitom po ruce obvyklé konvence kulturního prostoru (např. divadla či cirkusu), ale o to intenzivněji začínají hrát kontexty, v nichž performujeme. Níže uvádím podmínky, které během našich hostování hrály nějakou roli. Lze si ale samozřejmě představit, že jich je mnohem víc. Pracovně je lze rozdělit na ty, které nemůžeme ovlivnit, a na ty, které ovlivnit můžeme. Ty první je třeba reflektovat a rozhodnout se, jak s nimi naložíme. Ty druhé můžeme uchopit a použít jako prostředky naší vlastní komunikace.

Reflexe aktuálních podmínek a rozhodnutí, jak s nimi naložíme

- **Denní doba** – podle denní doby může variovat počet lidí, které potkáme, i to, jak bude naše performance vnímána.
- **Počasí** – silně ovlivňuje celkový komfort performerů i publika, lze ho vzít do hry, může ale také silně celou performanci zkomplikovat, když třeba hrajeme v zimě, kdy je venku jen málo lidí.
- **Počet lidí na místě** – je třeba si pro sebe určit, pro jak velké publikum chceme hrát a jestli ho v daném prostoru najdeme – na přeplněném festivalu může v davu lidí naše performance zaniknout stejně dobře jako v opuštěném parku na kraji města
- **Míra sekuritizace** – zvláště na místech jako jsou nádraží či obchodní domy bývá ochranka a může vytvořit nežádané napětí během naší performance
- **Jak se naše performance do zamýšleného kontextu hodí?** – chceme být nenápadní, výstřední, chceme přilákat pozornost davu, chceme narušit nějaké zaběhané pořádky, chceme být dobře natočitelní na sociální síť? A jak asi naše performance bude vyznívat – absurdně, vtipně, hloupě?

Komunikace speciální situace naší performance

Ve veřejném prostoru vytváříme jeviště v hlavách našeho potenciálního publika. Různými prvky potřebujeme odkomunikovat to, že to, co sleduje, není skupinka bláznů, ale něco jiného, např. umění, performance, tanec, hra apod. K tomu nám může posloužit množství prostředků, některé jsou konvenční, některé můžeme hledat a vynalézat. Uvádím níže ty, které se během našich hostování ukázaly jako důležité. (Zároveň je v tomto směru jistě zajímavé udělat rešerši v literatuře, která se tématu hraní na ulici věnuje.):

- **Kostým** – skupina performerů ve sjednocených kostýmech má schopnost upoutat pozornost a zároveň komunikuje záměrnost celé akce. Naproti tomu i sebepestřejší kostým jednotlivce může zaniknout v kontextu přelidněného festivalu. Vždy je třeba vzít v potaz celkový kontext akce. Zvláště pestré kostýmy vypadají dobře na fotkách, ale v kontextu ulice paradoxně mohou spíše zanikat. Naopak jednoduchý, jednobarevný kostým může jednotlivce i skupinu mnohem výrazněji odlišovat.

- **Vymezení performativního prostoru** – svou performativní akcí můžeme dočasně obsadit tu část prostoru, která už je sama o sobě nějak výrazná, dominantní či vhodná pro shromáždění publika – např. malá kašna uprostřed náměstí. Vymezení prostoru se hodí zvláště tam, kde je příliš mnoho lidí a kde by jinak performance zanikala. Je však potřeba tento prostor skutečně udržet a obhájit proti davům a dalším performujícím. Naopak skupina, zvláště synchronizovaná, vytváří svůj vlastní prostor sama o sobě. Pokud se tedy nerozpadne na oddělené jednotlivce, kteří zaniknou v davu dalších lidí. Rozptýlená skupina naopak dobře vyznívá ve velkém a relativně vylidněném prostoru.
- **Zvuková / hudební scénografie** – pomáhá vytvořit ambient „jiného světa“, zvláště tam, kde jsou performující dál od sebe. Hodí se zvláště tam, kde není moc lidí a kde vládne „každodennost“.
- **Ukázka umu** – de facto lazzi, jakákoli ukázka toho, že jsme „umělci“ – synchronizovaný pohyb skupiny, část choreografie, stojka s hlavou v koši po dobu 2 minut, to vše nějak ukazuje to, že máme nějaké „speciální“ dovednosti a že není náhoda, že děláme, co děláme.

Asistent

Pro performující ve veřejném prostoru se nám jako klíčové a nezbytné ukázalo mít asistenta. Což je role, která vlastně není nijak blíže definovaná, protože by měla de facto zajistit vše, co skupina v danou chvíli potřebuje. Kombinuje v sobě produkční, dramaturgické, lektorské a propagační aspekty. Asistenti by měli tvořit zázemí pro performující a zároveň by měli komunikovat s publikem ohledně performance. Mohou také pomoci s přiváním publika k aktivitám, pokud to performance potřebuje. Tvoří každopádně jakýsi lidský most mezi vytvářeným světem performance a každodenností. Níže uvádím některé úlohy, kterých se ve vztahu k vytváření prostoru performance mohou zhostit:

- **Vysvětlování** – asistenti by měli být schopni komukoli poskytnout odpověď na otázku, „co to je?“ nebo „co se to děje?“, ideální by bylo mít tu odpověď rychlou, jasnou, s nějakým mini-propagačním materiálem. Asistenti mohou i aktivně publikum oslovovat, zvláště ty lidi, kteří se již na performance nějak napojí (o napojení viz níže)
- **Komunikace s úřady a ochrankou** – asistenti by u sebe měli mít povolení k produkci či oznámení o produkci, měli by obstarat komunikaci se sekuriťáky, a pokud je to možné, tak předem a aktivně
- **Rozdávání občerstvení** – zvláště v zimě se nám to ukázalo jako nenásilný způsob napojení publika na performance, rozdávat teplý čaj a sušenky je v zimě zcela akceptovatelné a vítané
- **Pozvánka ke sledování, ke hře** – asistenti mohou také zprostředkovat pozvání, když bude takto performance nastavena, mohou vysvětlit publiku aktivity, do nichž se může zapojit.

II. Napojení

Jako napojení pojmenovávám cestu, skrze niž se obyčejní kolemjdoucí lidé stanou publikem naší performance. V kontextu ulice nefunguje klasický proces oslovení publika skrze konvenci institucionalizovaného marketingu a skrze konvenční situaci „jdu na kulturu“. Většinu publika získáme náhodně, prostě tím, že se v danou chvíli dotyční lidé na místě vyskytnou. Budou to vždy různí lidé s různou mírou divácké zkušenosti a s různými vkusy. Každý z nich se tak může vztahovat k naší performanci po svém a svou cestu k naší performanci si musí najít do velké míry sám. Tuto

pluralitu různých způsobů diváckého napojování i nutnou práci kolemjdoucích lidí je třeba při přemýšlení o performanci reflektovat – například si určit, na co performance bude klást důraz či v kterých momentech bude které napojení akcentováno. Níže vypisuji způsoby napojení, které jsme během našich hostování zaznamenali:

- **Estetické napojení** – dochází k němu, když v rámci performance vytváříme zajímavé estetické kompozice – např. choreografické, pohybové a kdy zároveň publikum dokáže tyto kompozice ocenit. Tento druh napojení předpokládá esteticky zaměřené publikum.
- **Obsahové napojení** – emocionální / intelektuální / ideologické – dochází k němu, když performance komunikuje emoce či myšlenky, které nějakým způsobem rezonují u kolemjdoucích.
- **Humor / absurdita** – patří mezi relativně univerzální prostředky napojení, vyžaduje publikum, kterému je humor performance blízký
- **Lidskost a efekt zlidštění** – funguje téměř univerzálně. Jedná se o momenty, kdy se podaří sejmut z performujících odcizující „masku umělce“ a najít něco, co mají s kolemjdoucími společného – může se udát skrze výše zmíněný humor, ale také skrze odstoupení od role preformujícího a vstoupení do přímého kontaktu s lidmi (zcizení), např. skrze výměnu jmen, nalezení nějakého dalšího společného prvku – máme společné boty, oba si hrajeme se psem apod.

III. Přivání

Naše performance by měla nějakým způsobem mít nastavené mechanismy, jak přiváme publikum k jejímu sledování. Podle míry zamýšlené participativnosti to může být prostá pozvánka ke sledování výkonu nebo klidně nějaká konkrétní instrukce či výzva ke spoluúčasti. Níže uvádím výčet možností přivání, jaké jsme během projektu využili či které se při našich produkcích potenciálně nabízely.

- **Role asistenta** je důležitá zvláště tam, kde performující z nějakého důvodu nemohou přivát publikum přímo. Asistent může nabízet občerstvení a informovat kolemjdoucí o tom, co se právě děje. Zvláště dobře tento typ přivání funguje u těch, kteří se už na performance nějakým způsobem napojili. Zároveň by bylo zajímavé specifikovat roli asistenta v performanci a dát mu nějakou konkrétní aktivitu, kterou může divákům nabídnout – například „nechcete dát to, co jste právě vyfotil na síť a označit nás tam?“ Nebo může asistent rozdávat rekvizity, díky které se publikum může k performanci připojit. Případě může rozdávat kartičky s nějakými instrukcemi, které vybízejí publikum k zamyšlení nebo k nějaké konkrétní akci – uvádějí je do světa performance
- **Zcizení / opuštění role a překročení k jiné roli** – jestliže performující zaujmají nějaké konkrétní role vytržené z každodennosti a jsou jaksi „mimo“ okolní časoprostor, může, zvláště v kontaktu se zvědavými dětmi, dobře zafungovat prosté zcizení, vystoupení role a reagování na jejich otázky.
- **Připravená pozvánka ke hře** – ideální je mít dopředu vymyšlený způsob, jakým chceme publikum zapojovat a mít připravené různé pozvánky, jak se zapojit. Ty se dají předat asistentovi, nebo je můžou distribuovat přímo performující. Může to být jednoduchá kolektivní aktivita (společné objetí), jednoduchá tvůrčí aktivita (pojmenovávání věcí kolem) či třeba jednoduchá hra, kterou si performující a část publika může zahrát.

Typy diváků ve veřejném prostoru

Během našich hostování v nejrůznějších prostředích se ukázalo, že ve veřejném prostoru se opakují některé typy lidí. Pro budoucí hostování je tedy užitečné být na tyto divácké skupiny připraveni a mít pro ně designované aktivity.

- **Děti** jsou nejvděčnější a nejotevřenější publikum. Jsou zvědavé a hodně snadno předou do interakce. Ale někdy se mohou bát a ostýchat. Práce s nimi může být také náročná v tom, že se děti různého věku od sebe silně odlišují.
- **Lidé s dětmi** se ve veřejném prostoru vyskytovali ze dvou důvodů – buď potřebovali děti zabavit, nebo s nimi někam potřebovali jít. Ty první jsou ideálními diváky a je velký potenciál pro to je získat pro performance, zvláště když mohou děti nějakou aktivitu dělat se svým doprovodem. Naopak rodiče, kteří potřebují někam s dětmi jít, naši performanci neocení, protože jejich děti upoutá a kazí jejich plány. Může být zajímavou výzvou najít způsoby, jak děti vyprovodit od performance tak, aby jim nebylo líto, že o ni přijdou.
- **Staří lidé** často sedí ve veřejném prostoru a patrně v něm, podobně jako některé děti, tráví hodně času. Nemohou ho rychle opustit a jsou tak v něčem podobně zranitelní jako děti. Zároveň mohou být zajímavým zdrojem informací i interakcí, pokud k nim nenásilně najdeme cestu, například skrze asistenta.
- **Lidi bez domova** se mohou stát nečekanými a vděčnými partnery, zvláště pokud je vezmeme v během performance do hry. Interakce s nimi a jejich propojení se zbytkem publika může pro všechny představovat silný zážitek.
- **Turisté** nás mohou vnímat jako zajímavou atrakci. Dost často nás fotí či točí, což lze při správné interakci s asistentem využít jako reklamu na sociálních sítích.

Negativní zkušenosti

V poslední části bych rád shrnul některé naše negativní zkušenosti a zvědomil to, čemu by bylo dobré se při performování ve veřejném prostoru vyhnout.

- **K vytvoření nečitelné či stresové situace** může dojít v momentě, kdy špatně či příliš nebezpečně pracujeme s nějakou rekvizitou, když performující někomu začnou zavazet a když začnou narušovat běžné trasy pohybu lidí. V tomto směru by se mohlo dát takovým situacím předcházet tím, že bychom společně vytipovali a pojmenovali riziková a frekventovaná místa v plánovaném hracím prostoru. Stresová situace může také vzniknout, když performující naruší společenské konvence, které tematicky a ani nijak jinak nesouvisí s performancí samotnou.
- Naše performance může taky **nechtěně či nezamýšleně vyznít jako provokace** a může vyvolat negativní reakce, například od ochranky. Do jisté míry se dá takovým situacím předejít reflexí kontextu performance a komunikací s ochrankou a úřady předem. Zároveň je v takových situacích důležitá role asistenta jakožto civilní osoby.
- Velmi rychle se pozná, že „**Nevíme, co dál, nevíme, co dělat, tak děláme blbosti**“. Kolemjdoucí o takovou performanci nejeví zájem a snaží se co nejrychleji projít. Takoví lidé se samozřejmě najdou vždycky, ale u nejasné performance se tak zachová většina lidí.
- **Negativně naladěné publikum** – může se stát, že si veřejný prostor, do nějž vstupujeme, budou nárokovat další lidé a budou ho považovat za svůj – sekuriťáci, opilí

lidé, různé pouliční skupinky či partičky. V těchto případech je třeba vyhodnotit, nakolik se vyplatí v takovém prostoru performovat a nakolik bude lepší najít prostor jiný.

- Když se toho během performance **děje se moc naráz**, nevytvoří se dostatečný prostor pro fokus a kolemjdoucí nebudou vědět, co se vlastně děje. Takto může působit rozpadlá skupina performujících, kteří jsou každý ve svém rytmu nebo kteří dělají příliš různých aktivit.