

Univerzita Karlova v Praze
Husitská teologická fakulta

Libuše Martínková

**Vizuální reprezentace křesťanství
ve veřejném prostoru na platformě street artu
Výzkum nového náboženského kontextu**

**Visual Representation of Christianity
in Public Space On Street Art Platform
Research of New Religious Context**

Autoreferát dizertační práce

Praha 2013

Předkladatel dizertační práce: Mgr. Libuše Martinková
Doktorský studijní program: Teologie
Studijní obor: Husitská teologie

Školitel: doc. ThDr. Jiří Vogel, Th.D.

Oponenti dizertační práce:
.....
.....

Obhajoba dizertační práce se koná dne:
v na
.....
před komisí pro obhajobu dizertační práce.

Předsedou komise byl jmenován:
.....

Předseda oborové rady: Prof. ThDr. Jan Lášek, Dr. h. c., HTF
UK v Praze
Děkan fakulty: Prof. ThDr. Jan Lášek, Dr. h. c., HTF
UK v Praze

Vizuální reprezentace křesťanství ve veřejném prostoru na platformě street artu: Výzkum nového náboženského kontextu

Anotace

Tento dizertační projekt předkládá typologii vizuální reprezentace křesťanství v současném street artu, který je v práci popsán a interpretován jako nové komunikační médium, jehož prostřednictvím je šířen také obsah náboženské povahy. Práce nahlíží na street art jako na zcela nový náboženský diskurs, který je zde podroben důkladné analýze z hlediska probíhajících komunikačních mechanismů. Sledován je i vztah ke kyberprostoru a vznik řady sociálně-kulturních změn. Cílem je iniciace diskuse na téma možností a rizik kontextualizace misie.

Klíčová slova

veřejný prostor, street art, kyberprostor, nová média, náboženská komunikace, křesťanství, vizuální reprezentace, misie

Visual Representation of Christianity in Public Space on Street Art Platform: Research of New Religious Context

Annotation

This dissertation project presents the typology of visual representation of Christianity in up-to-date street art, which is described here as a new communication media, spreading also the message of religious character. Street art is viewed here as a new religious discourse, which is analyzed in detail from the perspective of communication processes. The dissertation focuses also on the street art (public space) and cyberspace affinity, as well as the raise of number of social and culture changes. The goal is to open the discussion on theme of prospects and perils of contextualisation of the mission.

Key Words

public space, street art, cyberspace, new media, religious communication, Christianity, visual representation, mission

Text dizertační práce obsahuje včetně úvodu čtyři hlavní části, přičemž poslední, pátá část přináší v podstatě rekapitulaci a komentáře k výchozím a též průběžně formulovaným tezím celého dizertačního projektu.

V poměrně obsáhlém úvodu, který je rozdělen na šest podkapitol, je nejprve věnován dostatečný prostor popisu vývoje tematického zaměření projektu, které na první pohled může působit jako poněkud vzdálené tematickým okruhům předchozích publikací. Prvkem spojujícím výzkum nových náboženských komunikačních kontextů v kyberprostoru nebo dosavadní analýzy nových forem křesťanské reprezentace v podobě tzv. online kazatelství, s výzkumem street artu, respektive veřejného prostoru, je *vznik a vývoj sociálně-kulturních změn*, které jmenované kontexty značně ovlivňují. Tyto změny jsou v práci popsány a rozvedeny v šesté podkapitole úvodu, v rámci formulace výchozích tezí dizertačního projektu a také průběžně v celé práci. Konečná volba tématu dizertace se stala jedinečnou šancí prakticky ověřit platnost dříve formulovaných teoretických tezí z jiných, avšak v mnohém velmi podobných, diskurzů nových médií. Kontext street artu a veřejného prostoru nabídl,

v porovnání s předchozími výzkumy, šanci pro komparaci, event. evaluaci dat získaných online s těmi, které pocházely z terénní práce offline, přímo ve street art komunitě.

Ve druhé podkapitole úvodu, která je koncipována jako stručný úvod do problematiky, jsou ve dvou dílčích podkapitolách vymezeny pomocí tzv. definičního rámce dva ústřední pojmy této dizertace – street art a veřejný prostor. Pomocí řady společných charakteristických znaků jsou zde popsány oba pojmy a také jejich vzájemný vztah, který je velmi dynamický. Insiderské pojmy, které jsou vlastní street art veřejnosti (která nezahrnuje jen street art umělce, ale celou komunitu, včetně obchodníků, sběratelů nebo teoretiků umění) jsou krátce popsány nejen v tomto úvodu, ale i v průběhu celé práce, včetně poznámek o tzv. terminologické nouzi. Už v této úvodní části je také formulována jedna ze zásadních tezí dizertace - street art je jedním ze zásadních faktorů, který aktivně utváří veřejný prostor a zároveň platí, že aktuální podoba veřejného prostoru a jeho dynamika ovlivňují aktuální výraz street artu, tedy, zjednodušeně řečeno, umění ve veřejném prostoru.

Úvod práce popisuje ve třetí podkapitole současný stav akademického bádání v této problematice, která svým obsahem zasahuje do více než jen do jednoho z vědeckých oborů. Oblastí výzkumu, které se street artem, respektive veřejným prostorem, zabývají, je dlouhá řada a práce proto v krátkosti zmiňuje jejich přehled. Vymezeným tématem vizuální reprezentace křesťanství ve veřejném prostoru na platformě street artu se v jeho celosti dle dostupných rešerší explicitně nezabývá žádná z dosud publikovaných prací z akademického prostředí, vyjma dílčích zmínek v online nebo tištěných zdrojích ke stejné dílčím tématům dizertačního projektu a vyjma vlastních předchozích publikací k tématu online náboženství a náboženství online. V závěru tohoto autoreferátu je uveden kompletní seznam vlastní publikované literatury k dílčím tématům této dizertace. Většina z nich obsahuje formulace, týkající se pozorovaných sociálně-kulturních změn, způsobených novými médii v současné náboženské praxi. Část citované literatury dokonce představují jen populárně naučné publikace, encyklopedického nebo naopak monografického charakteru a proto jsou uvedeny jen jako

sekundární zdroje. V závěru autoreferátu je uveden krátký výběr nejdůležitější literatury k tématu dizertace. Nástin možnosti využití vlastních výsledků převážně praktického výzkumu v rámci hranic oboru religionistiky v řešení teoretických otázek teologie a v důsledku i současné církve jako takové, je jeden z formulovaných cílů tohoto dizertačního projektu.

Práce má díky svému obsahu interdisciplinární charakter, který také vyžaduje více pozornosti při výběru metodiky výzkumu. Té je věnován poměrně velký prostor v páté podkapitole, která je díky obsáhlosti rozdělena ještě dále na empirický a teoretický rámeček. V teoretickém uchopení problematiky jsou popsány dostupné a zvolené metody, zejména diskursivní analýza, včetně rizik, která tato metoda skrývá, ale i nutnost kombinace více výzkumných metod a přístupů, včetně jisté rezignace na definiční nárokování a naznačení některých úskalí praktického výzkumu. V dílčí podkapitole o empirickém rámci jsou detailně a pomocí grafů přehledně popsány vstupní zdroje dat, tedy prameny - práce s nimi, jejich původ a jejich účel pro řešení projektu (12. 000 analyzovaných obrazových zdrojů). Těžiště praktického

výzkumu spočívalo v organizaci, analýze a interpretaci 60 hlavních a řady dalších doplňujících kvalitativních rozhovorů s insidery ze street art veřejnosti a zúčastněné pozorování ve street art komunitě.

Další tři na sebe navazující části práce, představující kapitoly 2 až 4, se postupně zabývají typologií vizuální reprezentace křesťanství v současném street artu, dále pak analýzou komunikačních mechanismů, které probíhají na platformě street artu ve veřejném prostoru a konečně tematizováním street artu jakožto nového náboženského komunikačního kontextu.

Druhá hlavní kapitola, která má převážně deskriptivní charakter, obsahuje typologii vizuální reprezentace křesťanství ve street artu 21. století, která sice není kompletním výčtem veškerého obsahu, spadajícího do rámce vizuální reprezentace křesťanství ve street artu, ale i tak popisuje velmi širokou paletu forem a výrazů. Text je v této kapitole strukturován podle jednotlivých typů navrhované typologie do šesti podkapitol a řady dílčích (v několika případech i nečíslovaných) podkapitol, přičemž každá z nich je doprovázena krátkou případovou studií street art autora

nebo díla a též ilustračními fotografiemi. Klíčovým byl ve volbě případových studií a ilustrací buď fakt, že se jedná o nejtypičtější nebo naopak nejzajímavější či jinak pozoruhodnou skutečnost.

Zvláštní pozornost je věnována obrazové (a zde také textové) tematice apokalyptické a post-apokalyptické, která díky popularizaci v souvislosti s „boomem“ roku 2012, dosáhla (nejen) ve street artu značné obliby a v rámci které lze velmi dobře pozorovat změny kontextu, a v důsledku tedy též změny interpretace. Původní eschatologický význam apokalypsy, vycházející z křesťanského kontextu, je přenesen do mnohem širšího kontextu celospolečenského v podobě zamyšlení nad posledními věcmi člověka, a to zejména v souvislosti s globálními negativními jevy, jakými je například postupující ekologická devastace Země, hrozící jaderná katastrofa nebo obavy z válečných konfliktů. Už zde je zdůrazňována důsledná nutnost znalosti zkoumaného kontextu, protože změny obsahu, ke kterým zde dochází, mohou být významné - v souvislosti s kupříkladu křesťanskou zvěstí mohou představovat i určité riziko v podobě deformace evangelia.

Větší pozornost je proto věnována dvěma typům z navrhované typologie, které jsou zahrnuty pod misii. Misijní a re-evangelizační tematika street art tvorby 21. století je s ohledem na množství zaznamenaných výskytů a konečně i existenci samozvaných, přesto však populárních, tzv. street art (nebo graffiti) evangelistů nejen dalším ze zajímavých typů vizuální reprezentace křesťanství ve street artu, ale též názorným příkladem, ilustrujícím další z formulovaných tezí. Street artem primárně produkováný a mediovaný obsah je díky interakci veřejného prostoru s kyberprostoru (event. GSM prostorem) remediován, díky čemuž dochází ke změně nejen mediovaného obsahu, ale následně i ke změně interpretace. Stejně jako v případě zmíněné apokalyptické tematiky, i zde může docházet, a někdy též dochází, k deformaci samotného evangelia. K tématu se pak v rámci otázky tzv. kontextualizace misie vrací ještě čtvrtá hlavní kapitola dizertace, která popisuje street art jako nový náboženský kontext.

Třetí hlavní kapitola, která se věnuje analýze komunikačních mechanismů, logicky navazuje na předchozí kapitolu, která má pouze deskriptivní charakter

a doplňuje předkládaná fakta o analýzu a interpretační rozměr. V první podkapitole je navržena a v závěru revidována další typologie, tentokrát komunikačních procesů, které probíhají prostřednictvím street artu ve veřejném prostoru (a díky novým komunikačním prostředkům, jako internet a mobilní telefony, také v kyberprostoru). Tyto komunikační procesy jsou v práci nazývány souhrnně náboženskou komunikací, která je v typologii dále členěna například na interní, externí apod.

Ve druhé podkapitole třetí hlavní části je objasněn pojem web 2.0 a jeho role v tzv. tvorbě a změně obsahu. Na pozadí popisu charakteristických vlastností webu 2.0 a definování společných vlastností se street artem, respektive veřejným prostorem, je znovu a nově formulována teze o mediaci a remediaci obsahu. Mechanismus (tvorby), sdílení a změny obsahu je pak podrobněji osvětlen ve třetí podkapitole, která obecné téma demonstruje na konkrétním příkladu vzniku a šíření (komunikace) kulturních memů. Poslední, tedy čtvrtá podkapitola, doplňuje statistické údaje z úvodu práce o pojem street art impact factor, vypovídající o

sdílení obsahu původně z veřejného prostoru v kyberprostoru.

Čtvrtá hlavní část práce představuje ve třech podkapitolách street art jako nový náboženský diskurs. V úvodní podkapitole se práce vrací k tématu otevřenému v metodické části dizertace – k otázce několika úskalí, která mohou badatele potkat při výzkumu tohoto konkrétního diskurzu při terénní práci. Jako další ilustrující příklad je uveden komunikační kód tzv. lajkování¹ v prostředí sociálních sítí online, který je charakteristický mnoha rozdílnými (někdy i protichůdnými) významy, vycházejícími z různých kontextů.

Druhá podkapitola poslední hlavní části se věnuje, s ohledem na formulovaný cíl dizertačního projektu, otázce možností kontextuální misie. Nejprve je stručně představena problematika kontextuální misie, event. kontextualizace evangelia. Pojmenovány jsou zde výzvy, respektive možnosti, které street art nebo veřejný prostor skýtají jakožto nový komunikační prostředek, ale také

¹ Event. také sdílení nebo tzv. (ná)sledování, příp. odběr.

jako prostředí či lokalita, jíž je možné evangelium adaptovat. Zmíněna jsou též rizika, která kontextualizace evangelia může přinášet. Těchto rizik si obvykle nejsou vědomi street art evangelisté, tedy insideři, kteří byli významnými zdroji informací pro zpracování této části práce, avšak církev si tato rizika uvědomuje velmi dobře. To, co se na jednu stranu může jevit jako vágní postoj současných církevních autorit k neoddiskutovatelným skutečnostem, mezi nimiž je i nárůst počtu a popularity tzv. street art evangelistů, v souvislosti s touto tematikou jsou v krátkosti zmíněny též křesťanské (obvykle ekumenické) mezinárodní aktivity, v rámci kterých probíhají jednání na téma kontextualizace misie. Ani v této oblasti nebyly v rámci provedených rešerší zaznamenány explicitní zmínky o street artu. Nabídnout závěry tohoto dizertačního projektu jako úvodní zdroj informací zejména praktickým teologům, mezi jejichž úkoly patří i misijní poslání, je neskromným cílem či spíše přáním, formulovaným v úplném závěru práce. Rizika deformace evangelia jsou demonstrována v poslední případové studii, která je věnována street art umělci, vystupujícím pod jménem Jesus Saves.

V poslední podkapitole jsou naznačeny možnosti perspektiv dalšího výzkumu street artu jako nového náboženského kontextu. Zmíněny jsou zde (již dříve v práci uvedené) dílčí a dosud důkladně nezdokumentované a neprozkoumané informace k tématu Zombie Jesus, včetně smělé spekulace o možnosti vzniku nového kultu s tímto názvem, respektive tématem. Budoucnost kyberprostoru v podobě inteligentního webu 3.0, je zatím ještě fikcí, ale využívání nejmodernějších (nejen marketingových) technologií a metod také pro šíření evangelia či obecně pro náboženskou komunikaci, už není díky například tzv. neuroplánování² nemožné.

Dalším okruhem, který by si v budoucnu zasloužil podrobnější studium, je těsnost propojení veřejného prostoru a street artu s politickým děním v zemích, jejichž státní uspořádání není sekulární. Jako příklad je zde zmíněna současná společensko-kulturně-politická situace v Egyptě s dokumentovanou výraznou eskalací street art tvorby v reakci na události známé v západním světě jako

² Metoda tzv. optimalizace komunikace na základě využití poznatků z oborů neurologie a psychologie.

arabské jaro. K tomuto tématu se dokonce připravuje jedinečná (byť převážně obrazová) publikace, která naznačuje, že tato perspektiva výzkumu je přinejmenším hodná bližší pozornosti.³

Úplně poslední úvaha v rámci této podkapitoly je věnována postupnému snižování napětí mezi širokou a street art veřejností, které je typické zejména pro street art 21. století. Toto snižování napětí je zde pracovní přirovnáno k podobnému snižování napětí mezi církvemi, event. denominacemi, a novými náboženskými hnutími, které ve druhé a třetí generaci zaznamenávají proces tzv. denominalizace. Srovnání denominalizace a pracovní popsané sociálně-kulturní změny, která je zde popsána jako integrace, event. inkluze a dále také jako globalizace a institucionalizace street artu je tedy jednou z možných výchozích tezí dalších výzkumů problematiky vymezené tímto dizertačním projektem.

V páté kapitole, která představuje závěr dizertace, jsou shrnuty a případně nově formulovány a rozšířeny hlavní teze.

³ HAMDY, Basma. – KARL, Don Stone – ELTAHAWY, Mona. *Walls of Freedom: Street Art of the Egyptian Revolution*. Berlin: From Here to Fame, prep. ed. November 1, 2013. ISBN: 978-3937946412.

(1) Vztah veřejného prostoru a street artu je velmi blízký. Street art aktivně tvoří podobu veřejného prostoru a současně aktuální podoba veřejného prostoru ovlivňuje aktuální výraz street artu jakožto umění ve veřejném prostoru. Vztah veřejného prostoru a street artu se vyznačuje vysokou mírou interaktivity, manifestovanou různými komunikačními procesy, které se prostřednictvím street artu realizují ve veřejném prostoru.

(2) Street art je proto možné považovat za nové komunikační médium. Významně se na tom podílí existence veřejného prostoru, v němž se street art primárně realizuje a z nějž se šíří dále, například do soukromého prostoru nebo kyberprostoru. V tomto slova smyslu je komunikačním médiem, či přesněji řečeno kanálem, také samotný veřejný prostor. Charakteristické vlastnosti street artu se v mnohém podobají či přímo shodují s některými charakteristickými rysy veřejného prostoru, jakkoli je veřejný prostor v mnohém jen ideálním konceptem. Mezi společné charakteristické znaky patří zejména otevřenost, veřejná povaha, snadná

dostupnost a výše zmíněná interakce. Některé typické vlastnosti street

artu, potažmo veřejného prostoru, také s postupem času zanikají nebo se mění, a tak je nutné vyzdvihnout další společný charakteristický rys, kterým je *transformace*. V souladu s předchozí tezí můžeme tvrdit, že street art transformuje veřejný prostor a veřejný prostor transformuje street art.

(3) Nezanedbatelná část obsahu, který je komunikován ve veřejném prostoru prostřednictvím street artu, je náboženské povahy. Množství street art děl, které tematizují křesťanství, je v současné době natolik významné, že umožňuje dostatečnou kvantitativní i kvalitativní analýzu reprezentace křesťanství ve street artu. Typologie vizuální reprezentace křesťanství na platformě street artu je velmi pestrá a zahrnuje mnoho výrazových forem, včetně negativních reflexí. Street art je tedy komunikační médium, ve kterém vzniká náboženský diskurs a náboženská komunikace. V tematické struktuře obsahu analyzovaných street art děl převažují negativní reflexe křesťanství. Jeden z možných objektivních důvodů převažujících negativních reflexí nad pozitivními je

propojenost street artu se společensko-kulturním děním, ať už v globálním měřítku, nebo v prostředí lokálních komunit. Současná společensko-kulturní situace v západním světě je globálně charakterizována znaky, jako jsou krize a úpadek. Rebelující a kritizující společnost působí ve veřejném prostoru na street art komunitu, přičemž street art umělci zpětně ovlivňují svým poselstvím společnost, jíž jsou nedílnou součástí a zároveň jedním z jejích hybných motorů.

(4) Náboženský diskurz ve veřejném prostoru na platformě street artu je v mnoha ohledech srozumitelný i pro outsidersy, tedy účastníky komunikace, kteří nepatří mezi věřící nebo příslušníky konkrétních církví. V rámci tohoto diskurzu probíhá řada komunikačních procesů mezi církvemi (případně jinými náboženskými společenstvími), individuálními věřícími a širokou veřejností, a ty je možné dále klasifikovat podle povahy komunikace například na interní a externí náboženskou komunikaci nebo komunikaci mezicírkevní či mezináboženskou.

(5) Veřejný prostor je interaktivně propojen také s kyberprostorem. Znamená to, že obsah komunikovaný

primárně prostřednictvím street artu je dále remediován, tj. sdílen, měněn a šířen pomocí dalších nových komunikačních médií (internet, mobilní telefony). Street artem produkováný a mediováný obsah je často primárně přijímán ze strany recipientů ve veřejném prostoru, sekundárně je pak tento obsah sdílen, dále šířen a pozměňován v kyberprostoru, odkud se pak často znovu vrací do veřejného prostoru s pozměněným obsahem a tedy i kontextem. Hlavní roli v procesu remediace a změny obsahu hraje otevřenost, která je jednou z charakteristických vlastností kyberprostoru v jeho současné podobě webu 2.0 a také veřejného prostoru a street artu. Vztah kyberprostoru, street artu a veřejného prostoru je velmi úzký.

(6) Street art je ve 21. století využíván účelově také pro šíření evangelia v rámci misijních aktivit jednotlivců nebo řídčejí církevních společenství. Složitost a dynamika náboženské komunikace probíhající na platformě street artu je pro misijní poslání křesťanských církví výzvou a příležitostí, ale i rizikem. Klíčovou otázkou je zde možnost kontextualizace misie (a) *v prostředí street artu*, který je chápán jako komunita, subkultura, někdy též vyloučená

minoritní společnost nebo cílová skupina potenciálních misijních aktivit (b) *prostřednictvím street artu jakožto komunikačního kanálu veřejného prostoru a s ním úzce spojeného kyberprostoru*. Výzkum poukázal na skutečnost z praxe, že vědomé využití street artu jakožto komunikačního kanálu, skrze který je možné šířit křesťanskou zvěst, je ve street art komunitě v 21. století jevem nikoli ojedinělým. Obvykle se ale realizuje prostřednictvím individuálních aktivit věřících, méně často v rámci oficiální církevní praxe. Církevní autority sice připouštějí nutnost (možnost) kontextualizace evangelia ve smyslu přizpůsobení křesťanské zvěsti jiným prostředím a kontextům, tedy i street art komunitě, kterou mohou chápat jako další prostředí, do něhož je třeba (možno) proniknout, ale zároveň si uvědomují také rizika takových kroků. Největší riziko představuje možnost deformace evangelia, ke které může dojít v důsledku nekontrolovaných změn kontextu a interpretace street art děl díky komunikačním mechanismům sdílení a změně obsahu. Důvodem je skutečnost, že komunikační procesy, které probíhají prostřednictvím street artu ve veřejném prostoru a

v kyberprostoru, probíhají autonomně, nelineárně a nepředvídatelně, obvykle tzv. virálním způsobem. Absence možnosti kontroly popsaných komunikačních procesů a jejich efektu na recipienta se může právě církvím jevit jako negativní aspekt komunikování křesťanské zvěsti ve veřejném prostoru. Komunikace, která probíhá na platformě street artu, má sice prokazatelně také náboženský charakter, ale samo o sobě to ještě nevypovídá nic o kvalitě, respektive efektivitě takové komunikace.

(7) Street art je, podobně jako další nová média, ovlivněn řadou socio-kulturních změn, které jsou způsobeny mimo jiné rozvojem komunikačních technologií. Tyto změny jsou popsány v práci jako inovace a transformace, komercializace, laicizace a posun od textu k obrazu. Tyto změny mají vliv i na misijní poslání církve. K procesu inovace a transformace street artu, který je v úzkém vztahu se stejnými procesy, probíhajícími ve veřejném prostoru, je připojen ještě jeden pojem, a tím je integrace. Integrací je zde rozuměn proces, díky kterému se vnímání street artu širokou veřejností v historii (která má v této souvislosti i svůj mezník v podobě přelomu

tisíciletí) změnilo pozitivním způsobem natolik, že to ovlivnilo zpětně i samotný charakter street artu a veřejného prostoru. Podnětnou diskusi by mohla otevřít terminologická otázka, zda by nebylo vhodnější použít namísto pojmu integrace termínu inkluze. Diskuse nad pojmem komercializace, kterým je zvykem označovat další významnou a všudypřítomnou sociálně-kulturní změnu, je rozšířena ještě o pojem komodifikace. Proces, díky němuž se street art stává zbožím, je zde odlišen od obecněji chápaného pojmu komercializace, který zahrnuje řadu aspektů.

V souvislosti se sociálně-kulturními změnami, které zasáhly street art, jsou pak pracovně popsány ještě dva další dva fenomény. Prvním z nich je globalizace street artu, která nesouvisí pouze s jeho rozšiřováním mimo původní „západní“ nebo euro-americké prostředí, ale též se stíráním hranic mezi street art díly, vznikající v odlišných zemích světa. Druhým pojmem je institucionalizace, kterou je popsán opět jen pracovně v souvislosti se zamyšlením nad postupným snižováním napětí mezi street art veřejností a širokou veřejností jakožto možný důsledek integrace (respektive inkluze)

street artu do většinové společnosti. Absolutní inkluze a absolutní institucionalizace street artu by znamenaly de facto jeho zánik, protože by (nejen díky globalizaci) nebylo možné odlišit street art od jiných forem vizuálního umění.

Práce obsahuje kromě textu celkem 33 ilustračních obrázků v podobě fotografií nebo grafů se statistickými údaji. Jako příloha práce je uvedena videoprezentace dizertačního projektu, tak jak byla pracovně prezentována na konferenci

Cyberspace 2012 v Brně.⁴ Rozsah dizertační práce je 150 stran textu včetně poznámek pod čarou, ilustračních obrázků a grafů, do rozsahu není započten obsah, seznam použitých zdrojů, jmenný rejstřík a další údaje.

⁴ *Reflections of Christianity in Street Art: New Religious Discourse Typology*. Multimediální prezentace dizertačního projektu. Videosoubor ve formátu mp4. Velikost souboru: 79 MB. Délka 03:03 min. Vyrobeno v listopadu 2012. Autor prezentace: Libuše Martínková. Design a animace: Michal Plička a i/o post. K dizertační práci se přikládá na datovém nosiči DVD.

Summary

The dissertation thesis is based on the idea of interactive connection between street art and public space, where there are remarkable numbers of communication processes running in public space on street art platform. That is why the street art is viewed here as a new communication media with characteristics similar to other new media like internet or mobile phones. Part of the communication in public space on street art platform is characterized by the religious content. Typology of visual representation of christianity on street art platform is very wide, represented by variety of forms of artistic expression, including negative reflections. Thus street art is a communication media where the religious discourse and religious communication are raising. Public space is also interconnected with cyberspace. That means that the message mediated primarily through street art, can be secondarily remediated and changed via other new media, like internet and mobile phones. The key role in a process of remediation and change of the communicated message is a characteristics of openness of cyberspace (in a form of

Web 2.0), public space and street art. Street art is also used for spreading the Gospel in missionary activities of individual believers and rarely churches. The structure and dynamics of religious communication on street art platform is a challenge for modern churches, but in the same time it represents a peril for them. The key question is a possibility of contextualisation of the mission. The biggest peril is represented by the possible deformation of Gospel as a result of the context and interpretation changes because of communication mechanism of sharing and changing the message (content). Street art is, as other new media, influenced by the number of social and cultural changes, brought by the new (communication) media. These changes were described here and in previous publications as the innovation and transformation, commercialization and commodification, laicization (democratization), integration (also in a meaning of inclusion), institutionalisation and globalization. These changes influence also up-to-date missionary activities. That's why it seems to be necessary to understand properly the communication processes of street art and public space, as well as cyberspace.

Výběr nejdůležitější literatury k tématu

BOLTER, Jay David and GRUSIN, Richard. *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2000, 307 p. ISBN: 978-0262522793.

COOPER, Martha and SCIORRA, JOSEPH. *R.I.P.: Memorial Wall Art*. First Edition. London: Thames & Hudson, 2002, 96 p. ISBN: 978-0500277768.

ČERNÝ, Pavel. *Kristovo dílo spásy jako základ a imperativ misie: Aktivita Světové rady církví*. Brno, L. Marek, 2006, 304. ISBN: 80-86363-72-X.

HACKING, Ian. *The Social Construction of What*. First Edition. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 2000. 272 p. ISBN: 978-0674004122. Chapter 1, Why Ask What?, p. 1 – 35.

HAMDY, Basma. – KARL, Don Stone – ELTAHAWY, Mona. *Walls of Freedom: Street Art of the Egyptian Revolution*. Berlin: From Here to Fame, prep. ed. November 1, 2013. ISBN: 978-3937946412.

HELLAND, Christopher. Religion Online / Online Religion and Virtual Communitas. In HADDEN, J. K. and COWAN, D. E. (eds), *Religion on the Internet: Research, Prospects and Promises* (Religion and Social Order 8), London: JAI Press/ Elsevier Science, 2000, p 205 – 224. ISBN: 978-0762305353.

HERNGAARD, Anne Ji-Mi a ULRIK-PETERSEN, Frida Astrid. *The Meaningful City: Street Art as Experience Communication*, A Masters Thesis in Communication Studies and English Studies. Roskilde: Roskilde University, 2008, 191 p.

CHAFFE, Lyman G. *Political Protest and Street Art: Popular tool for democratization in Hispanic Countries (Contribution to the Study of Mass Media and Communication)*. First Edition. Westport, Connecticut: Greenwood Press (Praeger Publishers), 1993, 208 p. ISBN: 978-0313288081.

IRVINE, Martin. The Work on the Street: Street Art and Visual Culture. In SANDYWELL, B. and HEYWOOD, L. (eds.), *The Handbook of Visual Culture*, first edition, London & New York: Berg, 2012, p. 235 - 278. ISBN: 978-1847885739.

KARAFLOGKA, Anastasia. *Religious Discourse in Cyberspace*. In *Religion*, 2002, vol. 32, iss. 4, p. 279 – 291. ISSN: 0048-721X.

MARKHAM, Anette N. *Life Online: Researching Real Experience in Virtual Space (Ethnographic Alternatives)*. Walnut Creek California: AltaMira Press, 1998. ISBN: 978-0761990314. Chapter 3, Online Technology as a Tool... or a Place ...or a Way of Being, p. 86 – 114.

PHILLIPS, Nelson and HARDY, Cynthia: *Discourse Analysis. Investigating Processes of Social Construction*. First Edition. London: Sage Publications, 2002, 104 p. ISBN: 978-0761923626.

Přehled vlastní publikované literatury k dílčím otázkám tématu

MARTÍNKOVÁ, Libuše. *Computer Mediated Life of Technoshamans and Cybershamans*. In *Pathways in Modern Western Magic*, edited by Nevill Drury. Conrescent LLC, 2012. ISBN: 978-0-9843729-9-7.

MARTÍNKOVÁ, Libuše. *Křesťané v sociálních sítích na internetu*. In *Dingir*, roč. 12, č. 4, 2009, s. 123 -125. ISSN: 1212-1371.

MARTÍNKOVÁ, Libuše. *Kazatelství a Internet*. In *Salve: revue pro teologii a duchovní život*, 2008, roč. 18, č. 1, 2008, s. 91 – 105. ISSN: 1213-6301.

MARTINKOVA, Libuse. *Computer Mediated Life of Technoshamans and Cybershamans*. Online: *Heidelberg Journal of Religions on the Internet*. Vol. 03.1 (Being Virtually Real? Virtual Worlds from a Cultural Studies' Perspective), 2008, ISSN 1861-5813. Publikováno také elektronicky na webových stránkách *Online: Heidelberg Journal of Religions on the Internet*. Dostupné z URL: <<http://www.ub.uni-heidelberg.de/archiv/8289/>>.

MARTINKOVA, Libuse. *Unsolicited Religious E-mail: Researching New Context of Religious Communication*. In *Masaryk University Journal of Law and Technology*, 2008, Vol. 2, No. 2, ISSN 1802-5943. Publikováno také elektronicky na webových stránkách *Digital Islam: Research on Middle East, Islam and Digital Media*. Dostupné z URL: <<http://www.digitalislam.eu/article.do?articleId=1993>>.

MARTINKOVA, Libuse. *GSM Technology and its Use in Religious Life: A Preliminary Inquiry*. In *Masaryk University Journal of Law and Technology*, 2007, Vol. 1, No. 2, p. 231 - 239. ISSN: 1802-5943. Publikováno také elektronicky na webových stránkách *Digital Islam: Research on Middle East, Islam and Digital Media*. Dostupné z URL: <<http://www.digitalislam.eu/article.do?articleId=1693>>.

MARTÍNKOVÁ, Libuše. *Kyberprostor jako náboženský prostor*. Brno: L. Marek, 2007. ISBN: 978-80-87127-06-3.

MARTÍNKOVÁ, Libuše. *Spam religiózní povahy: Nástin problematiky*. In *Theologická revue*. Číslo 72, 2001, s. 455 – 460.