

# 1. Úvod

Karikatura už po staletí zrcadlí události z lidské historie. Nahlíží na ně svým typicky satirickým, zároveň však humorným pohledem. Karikatura společně s kresleným humorem dnes není v popředí zájmu mediálních odborníků ani uměleckých teorií, přesto si podle mého názoru zaslouží mnohem větší pozornost. Stojí na pomezí umění a žurnalistiky a paradoxně tak svým způsobem nepatří ani do jednoho z oborů. Protože poslední významná odborná práce na toto téma byla napsána koncem šedesátých let v tehdejší Československu, rozhodl jsem se téma karikatury podrobit současnému pohledu.

Hlavním cílem bakalářské práce je utřídění pojmů a definic. V duchu, co autor, to definice, jich nalezneme nepřeberné množství. Ty nejzásadnější z nich postavím proti sobě a vyberu nejkompexnější z nich. To vše s důrazem na české prostředí.

Důraz kladu na žurnalistický pohled na věc, přesto se nevyhnu uměleckému, politickému a historickému přesahu.

Podrobně vysvětlím funkci a schopnost karikatury, které ji zvýhodňují před psanými komunikáty. S tím souvisí i záporné konotace, protože významná část autorů byla donucena tvořit ve jménu vyšší moci propagandistická díla. Tuto funkci karikatury pokládám za nejdůležitější a nejzajímavější, proto jí věnuji celou kapitolu. Jedním z dílčích cílů mé práce je snaha vysvětlit, proč je tak snadné zneužít karikaturu a kreslený humor ve jménu moci.

Poslední kapitola přináší příklady kontroverzních témat, která s propagandou úzce souvisí.

Pozoruhodné a zároveň smutné jsou příklady z nedávné historie karikatury, kdy kreslená satira přerostla v ozbrojené nepokoje. Tyto události navždy změnily vnímání karikatury.

Dílčím cílem bude vysvětlit, proč tomu tak je. Uvedu to na příkladech.

## 2. Vymezení pojmu karikatura

### 2.1 Základní názvosloví

Ve světě kresleného humoru existuje několik pojmů, které se navzájem prolínají a někdy nemusí být zcela jasné, co znamenají. V úvodu práce proto považuji za nutné objasnit a roztrždit základní pojmy, mezi které patří karikatura, kreslený vtip, ale i anglické slovo cartoon, které nemá svůj český ekvivalent. V literatuře pojednávající o kresleném humoru jsem se setkal i se slovním spojením comic strip, jež evokuje příbuznou uměleckou formu komiks. Oba termíny mají ke karikatuře a kreslenému humoru blíž, než by se mohlo na první pohled zdát.

Všem těmto pojmům, s výjimkou komiksu (ten totiž nemusí být vždy humorný), je nadřazeno slovní spojení kreslený humor. Samotné toto spojení nepotřebuje bližší vysvětlení, pro potřeby své práce jej uvádím jako zastřešující obecný pojem. Zahrnuje v sobě příliš širokou škálu významů, proto se na něj zaměříme nejdříve. V objasňování dalších termínů budu postupně přecházet od obecných ke konkrétnějším.

Pod kresleným humorem si můžeme představit rozmanité druhy uměleckých děl, ale i tak zvané hospodské vtipky, které dostaly podobu kresleného vtipu. Kreslený humor precizně definoval slovenský autor Kornel Földvári, podle něj jde o „bezeslovní poselství, která jsou zašifrována do obrazů, kde je slovo spíš na překážku, jsou adresované intuici, podvědomému vnímání.“<sup>1</sup> Jakým způsobem působí kreslený humor na lidskou intuici a podvědomí podrobně vysvětlím ve třetí kapitole.

Významově pod kreslený humor spadá pojem cartoon. Slovo samotné nemá český ekvivalent, pochází z italského „cartone“ a holandského „karton“, což v překladu znamená tvrdou desku papíru neboli lepenku. „Původně se jako cartoon označovaly rozdílné formy vizuálního umění a ilustrací. Význam termínu se ale postupem času měnil. Význam slova vychází z výtvarného umění pozdního středověku a renesance, kde se tak nazývaly skici pro umělecká díla, tapisérie a malby. V 19. století se už pod pojmem cartoon skrývají humorné obrázky v časopisech a novinách a začátkem dvacátého století se takto označovaly comic strips - kreslené příběhy.“<sup>2</sup> Jinými slovy jde o první komiksy, které také můžeme zahrnout pod pojem cartoon.

Aby toho nebylo málo, s nástupem televize přijal termín cartoon ještě další význam. V moderním slovníku se takto nazývají animované příběhy a jiná kreslená filmová díla.

<sup>1</sup> FÖLDVÁRI, Kornel. Levice: 2006. s. 15

<sup>2</sup> BECKER, Stephen. New York: 1959.

Z tohoto důvodu je v českém prostředí nevhodné překládat slovo cartoonist jako karikaturista, i když je to jeden z jeho významů. Umělci a publicisté, kteří kreslí do žurnalistických médií, by mohli být zaměněni s animátory a kreslíři z filmového a komiksového průmyslu. To už se dostáváme do světa Jiřího Trnky a Walta Disneye a přesáhli bychom pole zájmu bakalářské práce.

Další z výše uvedených pojmů – comic strip – je významově konkrétnější než cartoon a překládáme jej jako kreslený příběh, kreslený seriál, ale také jako komiks. V novinách a časopisech se s ním setkáváme v podobě kreslených skečů typu Hana a Hana, satirou jej důsledně naplňuje Zelený Raoul, nebo jako příběhy kocoura Garfielda, které slouží spíše k odreagování. Tyto kreslené seriály ale nejsou stěžejním předmětem bakalářské práce. Chci se zde zabývat především karikaturou. K tomuto pojmu musím postoupit ještě o jeden stupeň na pomyslném schodišti ke konkrétnosti. K pojmu karikatura – ta už totiž nepředstavuje tak rozsáhlou škálu významů, přesto jsem při jejím bližším zkoumání narazil na značné množství definic.

V následující podkapitole vysvětlím, co přesně karikatura znamená. Pomocí syntézy vyberu nejvhodnější definici a ostatní terminologicky zařadím.

## 2.2 Nejlepší definice karikatury

Nejdříve považuji za nutné vysvětlit, odkud se vzalo slovo karikatura. Vzniklo v 17. století z italského - respektive latinského - výrazu caricare, který se do češtiny překládá jako naložit, zatížit nebo přehánět.

Přeneseně má tak slovo karikatura tři základní významy: Nadsazení, což znamená zkreslení určitých vlastností, případně jejich vytržení z kontextu. Patří sem přílišné zdůraznění charakterových rysů.

Dalším významem je napětí, které s sebou nese zaměření se jen na některé jevy, jako jsou válka, peníze, politika, a úmyslné opomenutí vedlejších jevů.

Nesmí chybět třetí část významu, které můžeme říkat útok nebo zasažení. Je cílené na osobu, skupinu lidí nebo stát.

Velmi pečlivě význam termínu karikatura vysvětluje Akademický slovník cizích slov: Podle něj se jedná o „zkratkovitě zesměšňující nebo satiricky odsuzující výtvarné nebo literární zobrazení některých rysů osobnosti, lidského projevu nebo společensky závažné skutečnosti

přehánáním jejich nápadných znaků.“<sup>3</sup> Vysvětlení je ale příliš obecné, protože se snaží postihnout celou paletu významů slova karikatura. Jelikož nám jde o žurnalistický pohled na pojem karikatura, budeme si jej muset, pro účely této práce, zúžit a přesněji vymezit.

Další definice karikatury jsou o poznání konkrétnější, ale většina z nich dostatečně nevystihuje její podstatu. Přesto si zaslouží terminologické uspořádání. Seřadil jsem je do čtyř skupin, podle rysu, který v definici převládá.

První kategorii (satirická větev) zastupují definice, které zdůrazňují jednu ze základních funkcí karikatury – nenechat na karikovaném nit suchou.

Druhá kategorie definic (čistě komická) zdůrazňuje základní funkci kresleného humoru, zaměřuje se na směšnost.

Do třetí kategorie jsem zařadil definice, jež vycházejí z formální podstaty karikatury, neboli z techniky jejího vzniku.

Konečně ve čtvrté kategorii představuji nejkomplexnější a podle mého názoru nejlepší definice, na které jsem při svém bádání narazil.

### 2.2.1.

Kategorie první: Pranýřovat a rozcupovat

Jedna z hlavních vlastností karikatury je její dehonestující funkce. Poněkud obecné začlenění přináší Martina Peterová, podle ní je „cílem karikatury vyvolat emotivní reakci, tedy hněv, odpor, nesouhlas, ale i smích, přitakání.“<sup>4</sup> Používá k tomu výtvarné prostředky mezi něž patří zkreslení a deformace. Karikatury nejčastěji zobrazují osoby z reálného života, ale jejich předmětem zájmu se mohou stát i „neživé objekty, jakými jsou politické strany či výtvarné směry. Na straně druhé se vyskytují karikatury pracující s obecnějšími typy, jako jsou měšťáci, chudáci, kapitalisté apod. Jedním z nejznámějších je v českém kontextu typ maloměšťáckého ‘pandoura’, vytvořený Františkem Bidlem.“<sup>5</sup>

Mezi největší zastánce bojovné karikatury patřil Adolf Hoffmeister, podle něj se karikatura snaží: „Přehnat skutečné vlastnosti lidí ad absurdum, až se jejich směšnost objeví v celé tragikomice, to je první krok ke karikatuře. Vybrat si pak jako předmět svého zájmu toliko nepřítelovy špatné vlastnosti, abychom je zesměšnili, znemožnili, prozradili, to už je

<sup>3</sup> PETRÁČKOVÁ, Věra a kol. Praha: 2001.

<sup>4</sup> PETEROVÁ, Martina. Přerov: 2001. s. 10

<sup>5</sup> CHROBÁK, Ondřej, WINTER, Tomáš. Praha: 2006. s. 8

karikatura.“<sup>6</sup> A druhým dechem dodává, že „karikatura musí mít podobu a vtip.“<sup>7</sup> Tímto dovětkem si Hoffmeister otevírá prostor i pro dvě následující kategorie.

### 2.2.2.

Kategorie druhá: Směšnost především

Karikatura by měla rozesmát čtenáře, a to i v případě, že se nachází v nelichotivé situaci a moc mu do smíchu není. Humor jde ruku v ruce s groteskou ve jménu sloganu „smích skrz slzy“ a druhá kategorie je toho důkazem. V tomto duchu píše o karikatuře Radko Pytlík. „Bývá charakterizována jako nadsázka, zveličení jistého rysu, jež je zaměřeno k vyvolání směšného účinku.“<sup>8</sup> Dalo by se říct, že jde o zvýraznění protikladných vlastností. Karikatura přesto patří do sféry komična, „jehož základem je kontrast dvou odlehlých významových oblastí. Je to vlastně druh srovnávání jako v básnické metafoře. Kreslený humor a karikatura tedy nepracují s nápodobou skutečnosti, ale se zvláštním způsobem zobrazení, jež je dáno zvýrazněním struktury zcela svébytnými prostředky: hyperbolickou konturou či vyhrocenou situací.“<sup>9</sup>

Karikaturista tak musí být vybaven nejen citem pro štětec, ale zároveň musí ve svém díle umět vytvořit obraz světa humornou formou. Jedná se o náročnou profesi, která s sebou nese úskalí. Britský teoretik umění Tim Batchelor přirovnává karikaturistu ke komikovi, když tvrdí, že „komik (podobně jako karikaturista) si musí osvojit určité filozofické vlastnosti. Musí se dívat na svět, analyzovat dění a potom podat zprávu formou vtipu. Filozofové však mají výhodu nesrozumitelnosti. Pokud jste umělec, je lepší, když vaše dílo osloví publikum. Pokud jste komik, lidé se potřebují vašim vtipům smát.“<sup>10</sup>

### 2.2.3.

Kategorie třetí: Otázka formy

Z technického hlediska se pro laika může zprvu zdát, že karikatura je pouhou změtí čar. A ono tomu tak opravdu je. Čím jednodušeji a úsporněji se dokáže autor vyjádřit, tím je jeho dílo lépe ceněno. Šetřit čarami doporučuje Földvári. „Myslím, že mnohem důležitější než bravurní kresba je pro karikaturistu cit pro míru.“<sup>11</sup> Jak má tedy karikatura působit na čtenáře? „Neměla by do nás jako zázračné pilulky cpát poučky, co je správné a co ne, jako šablony

<sup>6</sup> HOFFMEISTER, Adolf. Praha: 1961. s. 79

<sup>7</sup> HOFFMEISTER, Adolf. Praha: 1961. s. 88

<sup>8</sup> PYTLÍK, Radko. Praha: 1988. s. 8

<sup>9</sup> PYTLÍK, Radko. Praha: 1988. s. 8

<sup>10</sup> BATCHELOR, Tim a kol. London: 2010. s. 12

<sup>11</sup> FÖLDVÁRI, Kornel. Levice: 2006. s. 15

vzorného chování. Jednoduše se nehodí, aby umění dělalo něco podobného. Ne poučování, ale rafinovaně zakódované poselství o hodnotách, svědomí, představách a tužbách.<sup>12</sup> V podobném duchu, i když mnohem více satiricky a ostřeji, hovoří Hoffmeister, podle něj - nadbytek stravy způsobuje žaludeční potíže, stejně tak nadbytek čar nečitelnost písma. Právě technika kresby má co dočinění s uměleckou tvorbou, tady hraje hlavní roli estetika.

Důležitost formy vedoucí až k asketismu si uvědomuje i Radko Pytlík. Podle něj je karikatura jako typ výtvarné tvorby na první pohled experimentem. „Namísto konkurence plochy a prostoru, která vzniká při kresbě, a namísto problémů kompozice a barvy, jež patří k základním tvůrčím otázkám malířství, setkáme se u karikatury s něčím, co lze nazvat 'rytmem invence a zjednodušení'“. <sup>13</sup>

Scott McCloud, který patří mezi současné teoretiky a také aktivní kreslíře, se ve své teorii komiksu také zabývá formou a funkcí karikatury. Její vliv vysvětluje na jednoduchém ikonu – kolečku s dvěma tečkami a čárou (smajlíku). McCloud přináší na rozdíl od ostatních autorů jednoznačné vysvětlení toho, proč je ve světě karikatury důležité zjednodušení. Přestože se podle něj jedná pouze o kolečko s tečkami a čárou, „je tento ikon pro náš zrak pořád přijatelný. Proč nám připadá stejně skutečný jako ty ostatní (méně abstraktní ztvárnění úsměvu)?“<sup>14</sup> Tady se dostává k samé podstatě karikatury, prostřednictvím zjednodušení totiž dochází k zesílení jejího vnímání. „Když výtvarník demontuje obraz až na jeho zásadní význam, zároveň tím tento význam zesílí tak, jak to realistické umění nedovede.“<sup>15</sup> Tvůrce karikatury tak může pomocí míry abstrakce kresby zaostřit čtenářovu pozornost na myšlenku, kterou chce sdělit. Podrobně toto téma rozeberu při zkoumání funkcí karikatury (v kapitole 3.1.4.1.).

#### 2.2.4.

Kategorie čtvrtá: Nejkomplexnější definice

Za nejhodnotnější definici pokládám tu, již přinesl (ve své knize O karikatúre) Kornel Földvári. Podle něj je karikatura „cosi jako čínské znakové písmo: pomocí jeho znaků se bez problému domluví všichni, co jím píší – dokonce i v takových odlišných jazycích, jako je čínský a japonský; jejich zvukové podobě vůbec nemusí rozumět. Jejich tvůrci mají touhu vyvolat smích a až v druhém sledu atakovat mozkové závity. Prostořece ventilují společné

---

<sup>12</sup> FÖLDVÁRI, Kornel. Levice: 2006. s. 27

<sup>13</sup> PYTLÍK, Radko. Praha: 1988. s. 8

<sup>14</sup> MCCLOUD, Scott. Brno: 2008. s. 29

<sup>15</sup> MCCLOUD, Scott. Brno: 2008. s. 30

civilizační problémy, ale i to, co celkem konkrétně znepokojuje a trápí je osobně i lidi na kousku země, kde žijí.“<sup>16</sup>

Nebyla by to správná satira, kdyby se neozval nespokojený domnělý poškozený, místo toho aby byl rád za publicitu, v duchu „je dobře, že je o mě slyšet, ať už v jakémkoli smyslu.“ Přesto pokud karikaturu v novinách najdeme, bude to věčný boj, což je samozřejmě žádoucí. Jinak by se minula účinkem. Slovenský autor myslí i na tuto součást satiry, když připomíná, že „karikatura je na věčném pranýři. Dějinami se nese ukřivděný chór postižených, kteří ji vždy znovu obviňují, že jí jde jen o znetvoření a výsměch z lidí a hodnot, které reprezentují. Není možné popřít, že deformace je opravdu jediným, dokonce nejviditelnějším prostředkem karikatury. Opojné dobrodružství o nevyzpytatelné říši forem, ale především hledání původního tvaru, úsilí o návrat k opravdové podobě charakterů i věcí. V pokřiveném světě deformace narovnává deformované, chce se dopátrat podstaty.“<sup>17</sup>

Koncem šedesátých let představil Ivan Hanousek ve své diplomové práci pro karikaturu zásadní termín - výtvarná publicistika. Funkcím karikatury, výtvarné publicistiky a kresleného humoru se podrobně věnuje v následující kapitole.

---

<sup>16</sup> FÖLDVÁRI, Kornel. Levice: 2006. s. 71

<sup>17</sup> FÖLDVÁRI, Kornel. Levice: 2006. s. 18

### 3. Plnohodnotné umění i žurnalistický žánr

#### 3.1 Karikatura neboli výtvarná publicistika

Karikatura už od konce devatenáctého století, kdy se začala objevovat v novinách a časopisech, nebyla brána jako součást umění. Přitom mnoho významných českých karikaturistů bylo zároveň i výtvarníky. „Málokterý (z nich) je kreslířem ‘čistým’, specializovaným. Většinou nacházíme vedle kreseb i grafiku a malbu, u Josefa Nováka dokonce i pracně sestavované a lepené mozaiky. Dům malíře Jiřího Wintera (Neprakty) je muzeem masek, pozoruhodných předmětů a bizarních kuriozit. A nejen to. Řada našich předních malířů, byla i karikaturisty.“<sup>18</sup> Do této kategorie patří bezpochyby malíř a spisovatel Josef Čapek, malíř Rudolf Kremlička, architekt, malíř a scénograf Vlastislav Hofman, grafik, malíř a ilustrátor Jan Konůpek nebo grafik Alois Moravec. „To vše nás vede k přesvědčení, že vznik karikatury nelze spojovat jen s technikou tisku a rotaček, ale že souvisí s vývojem výtvarného umění, a tudíž zasahuje i problematiku uměleckou a estetickou.“<sup>19</sup>

Tento trend neplatí pouze pro české prostředí, provázanost se světem kultury dokládá i historie časopisu New Yorker - jednoho z nejvlivnějších amerických magazínů 20. století. Kreslení karikatur není pouhým řemeslem, jejich autoři jsou opravdoví umělci.

Dějiny dvacátého století si bez karikatur nedokážeme představit. „Kreslený humor se stal součástí silné populární kultury, kde mnoho lidí trvalo na tom, aby byl brán vážně, tedy jako součást skutečného umění. V sedmdesátých letech vznikla nová disciplína kulturních studií. V širší kultuře se změnila rozdíly mezi legitimním vysokým uměním a každodenním, pomíjivým a úctyhodným, a fraška, vtipky a karikatura se dostala do repertoáru mnoha současných umělců.“<sup>20</sup>

Tuto tezi potvrzuje i současný teoretik a kreslíř Scott McCloud, když vysvětluje výhody kresleného humoru: „Vypravěči ze všech uměleckých médií dobře vědí, že spolehlivým indikátorem toho, do jaké míry si získají zájem publika, je to, nakolik se dokáže příjemce identifikovat s postavami. A protože míra divákovy identifikace je obzvláště silná u karikatury, karikatura jako taková měla historicky vzato vždy snadnější úlohu, když se kdekoli na světě chtěla prosadit do populární kultury.“<sup>21</sup> Nízké umění. Jak uvedu v následující kapitole, je snadné této schopnosti karikatury zneužít pro zájmy propagandy. Na druhou

<sup>18</sup> PYTLÍK, Radko. Praha: 1988. s. 7

<sup>19</sup> PYTLÍK, Radko. Praha: 1988. s. 8

<sup>20</sup> BATCHELOR, Tim a kol. London: 2010. s. 14

<sup>21</sup> MCCLOUD, Scott. Brno: 2008. s. 42



stranu dokáže satirický pohled na svět bojovat proti bezpráví a státním zřízením. Karikatura je díky svému jednoduchému jazyku přístupná širokému publiku. Ale nesmíme to chápat ve smyslu „širokého hloupého publika.“ Její myšlenku je třeba pochopit a vyložit si ji po svém.

Přesto byl v minulosti úzus na kreslený humor a karikaturu nahlížet prostřednictvím publicistiky, navíc jako její čistě okrajovou součást, a přestože stěžejním zájmem této práce je především žurnalistický pohled, nemohu uměleckou součást opomenout. Ujasnit vztah mezi uměním a publicistikou si klade za cíl tato kapitola.

Jako nejvhodnější vědecké dílo o problematice vztahu umění a publicistiky, které se zabývá karikaturou, považuji diplomovou práci Ivana Hanouska z roku 1969 (oponentem byl Vladimír Jiránek). Autor zde zavedl termín výtvarná publicistika, protože podle něj už pojem - kreslený humor – v té době nevyhovoval potřebám zkoumání. Hanouskův přístup nyní porovnám se současným stavem kresleného humoru. Nejdříve je potřeba připomenout, co přesně pod pojem výtvarná publicistika spadá.

„Výtvarná publicistika je hybridem mezi výtvarným uměním a žurnalistikou.“<sup>22</sup> Nejblíže samotnému výtvarnému umění je samotná kresba beze slov, naopak čím větší roli v karikatuře nebo kresleném vtipu hraje text, kloní se blíže k žurnalistice. Souhře obrazů a slov se podrobně věnuji na konci této kapitoly, proto na tomto místě tuto problematiku nebudu prozatím rozvíjet.

Předmětem zájmu této práce je karikatura a kreslený humor v novinách a časopisech. Protože v České republice dosud nebyla napsána podobná práce na toto téma, kromě Hanouskovy studie, pro přesné vymezení předmětu mého zájmu je nejlepší autorova definice výtvarné publicistiky. „Chápu ji jako tu výtvarnou tvorbu v tisku, která zůstane po vyloučení výtvarných děl s převážně ilustrativní funkcí. Tedy jako tu výtvarnou tvorbu, která jde dál, protože k vyjádření samostatných myšlenek užívá obvykle formy humorné zkratky.“<sup>23</sup>

Jde tedy o výtvarnou tvorbu v tisku vyjma ilustrací, mezi které patří malby, kresby, ale i fotografie. Dále sem nepatří rébusy, křížovky, kreslené testy, komiks, reportážní fotografie ani portrétní fotografie. Co tedy do výtvarné publicistiky zařadit? „Patří sem především kreslený humor a karikatury s výjimkou účelových portrétů osob.“<sup>24</sup> To, že si necháme nakreslit karikaturu od umělce na Karlově mostě, nemá totiž s žurnalistickou tvorbou nic společného. Ale termín výtvarná publicistika je daleko obsáhlejší. Schová se pod něj i kreslený vtíp, politická karikatura, satirická kresba, obrázkový vtíp beze slov, koláž, fotomontáž nebo kreslená historka. Své vymezení přidává i Radko Pytlík, který upozorňuje,

<sup>22</sup> HANOUSEK, Ivan. Praha: 1969.

<sup>23</sup> HANOUSEK, Ivan. Praha: 1969. s. 6

<sup>24</sup> HANOUSEK, Ivan. Praha: 1969. s. 7

že kreslené vtipy nutno odlišit od humorné fotografie (případně i s textovými bublinami), od typu montáže, koláže, ale i od humorné malby s groteskní náplní. Na rozdíl od "vážné" kresby zde nezáleží na malebném rozvinutí linie, ani na odstínění barev; její těžiště je v hyperbole, zdůrazňující nějaký nápadný tvar nebo komickou situaci. Karikatura nevychází z konkurence plochy a prostoru, která se realizuje v kresbě, ani ze souladu barev a kompozice, jež je vlastní malířství. Vraťme se ale k termínu výtvarná publicistika, který pojem karikatura rozšiřuje. Tato mnohočetnost s sebou nese problém, tato snaha o přesné vymezení pojmu výtvarná publicistika má své mouchy, které Hanousek druhým dechem kritizuje. „Právě tak bych mohl napsat, že se lidé dělí na muže a ženy, blondýny, brunety a studenty.“<sup>25</sup> Uvedený termín tak skýtá nevýhody, které pramení z jeho přílišné obecnosti. „Mohl by v sobě skrývat třeba i ilustrace, nebo dokonce další mylný výklad, jako bychom měli na mysli publicistiku o výtvarném umění. Má však také svá (a mnohem silnější) pro.“<sup>26</sup> Vystihuje totiž nejlépe provázání dvou světů, uměleckého a publicistického – jelikož pod oba tyto světy karikatura spadá.

### 3.1.1.

#### Kreslený versus výtvarný

Protože jsem v předchozí podkapitole představil pojem výtvarná publicistika, budu nyní pokračovat v jeho bližším vymezení. Proč by nestačilo pro vymezení předmětu mého zkoumání slovní spojení kreslená publicistika? Termín – výtvarný – má širší vymezení a zajišťuje, že neopomeneme běžně užívané techniky, které sem zaručeně patří. „Z této oblasti totiž nevykládáme například fotografie s bublinami, fotomontáže, koláže, malby, využití razítek a jiných nápaditých a běžně užívaných technik, které sem zaručeně patří.“<sup>27</sup> Jak už bylo řečeno, ostatní umělecká díla nechám stranou. Výtvarná publicistika je v rámci práce podmíněna jejím výskytem v novinách a časopisech.

### 3.1.2.

#### Karikatura a publicistika

Podobné vysvětlení je i pro termín publicistika, ten totiž přesně vymezuje médium, na kterém se tato díla dostanou ke čtenáři. „Termín publicistika pomáhá od neúplného určení, pokud jde o výraz humor či vtip. Výtvarnou publicistiku nacházíme obvykle na stránkách novin a

<sup>25</sup> HANOUSEK, Ivan. Praha: 1969. s. 7

<sup>26</sup> HANOUSEK, Ivan. Praha: 1969. s. 8

<sup>27</sup> HANOUSEK, Ivan. Praha: 1969. s. 8

časopisů, knížky většinou shrnují zeň této publikační činnosti.<sup>28</sup> A Hanousek uvádí i další poznatek, který už jsem uvedl výše, že totiž řada kreslířů nepochází primárně z výtvarného prostředí. „Není náhodou, že někteří z předních autorů výtvarné publicistiky nemají odborného výtvarného vzdělání, ale rekrutují se ze škol publicistického charakteru. Ivan Steiger vystudoval dramaturgii na FAMU a Vladimír Jiránek žurnalistiku. Pro termín výtvarná publicistika ovšem mluví ještě další vážný a podstatný důvod: skutečnost, která zatím teoretickým exkurzím do této oblasti unikla. Že totiž výtvarná publicistika je hybridem dvou různých světů, umění a žurnalistiky. A že právě pouze společné zkoumání z obou stran, totiž teoretiky novinářství a estetiky, může přinést žádaný výsledek – totiž komplexní teorii výtvarné publicistiky.“<sup>29</sup> Dvojznačnost toho pojmu dokumentují i vyjádření dvou výtvarníků a karikaturistů Jiřího Jirásky a Vladimíra Jiráňka. První z nich uvedl, že tvorba kolegů karikaturistů je „svébytný, náročný a lidový druh umění, nejkratší epické malby, nejkratší lyriky světa, nejneomezenější fantazie.“<sup>30</sup> Pohlíží na díla výtvarné publicistiky z uměleckého hlediska. Zatímco Jiránek se na tvorbu karikaturistů dívá z pohledu novináře, když tvrdí, „že lezou politické karikatury do zelí, dokáží udělat z několika čar pamflet či esej, komentář a třeba i úvodník, který zabere silněji, než pět deka anilinových barev na zakrvácených rukou válečného štváče.“<sup>31</sup>

Ať už oba nazírají na díla výtvarné publicistiky ze svého profesního pohledu, důležitý je fakt, že oba mají pravdu. „Karikatura, jež vzešla z tradice výtvarného umění a je do jisté míry závislá na hodnocení estetickém, vyrostla v samostatný způsob vyjádření; stala se žánrem, jenž podává univerzální obraz světa formou invence a zjednodušení. Vedle elementů výtvarných obsahuje ovšem i elementy slovesné, a to nejen tehdy, když je doprovázena slovním textem nebo když jako ilustrace literární text doprovází, ale i tehdy, když je ztvárněna beze slov nebo bez titulku. Svým výrazem karikatura slovo implikuje, naznačuje; figurky a postavičky mohou být charakterizovány výraznou gestikulací, jež budí naléhavý dojem, že kdyby chtěly, mohou promluvit.“<sup>32</sup>

### 3.1.3.

#### Výtvarná publicistika a umění humoru

<sup>28</sup> HANOUSEK, Ivan. Praha: 1969. s. 8

<sup>29</sup> HANOUSEK, Ivan. Praha: 1969. s. 9

<sup>30</sup> JIRÁSEK, Jiří. Praha: 1961. s. 6

<sup>31</sup> JIRÁNEK, Vladimír. Praha: 1962. s. 11

<sup>32</sup> PYTLÍK, Radko. Praha: 1988. s.18

V této podkapitole přesně vymezím vztah karikatury k umění neboli estetickému. Protože je nedílnou součástí výtvarné publicistiky humor, musím zde vysvětlit a přesně definovat také pojmy vtip, komično a smích. „Všem autorům je společné jedno – vtip. Ne vždycky ve stejné míře – někdy jde o humornost zjevnou, jindy o skrytou, ne tak výraznou. Abychom však uvažovali v estetických kategoriích: jde o takzvané komično.“<sup>33</sup>

Jak funguje nastínil při výstavě britského kresleného humoru její kurátor Tim Batchelor: „Každý ví, že nejlepší způsob, jak pokazit vtip, je vysvětlit jej. To samé platí pro umělecká díla, která používají humor. Buď jej pochopíte, nebo ne. Tato směšnost, paranoia a pseudointelektualismus světa umění také nabízí umělců pozeňnaný materiál k posměchu a satíře. Nakonec, to co spojuje skutečné umění, současné i jiné, s humorem, je to, že oba typy nás potřebují nějakým způsobem překvapit, přitom předjímat přepokládanou otázku.“<sup>34</sup>

A právě karikatury pohlíží na skutečnost kritickým okem, jež vzbuzuje úsměv na tváři. Podle Hanouska v satíře i humoristice vystupuje komično složené. Jak jej definovat? „Všechny komické jevy splňují dvě podmínky:

1. V nějakém směru jsou odchýlením od běžné normy.
2. Nevyvolávají u konzumentů strach.“<sup>35</sup>

Pomocí kresleného humoru na svět nahlížíme jinými očima, zobrazuje postavy a události jiným způsobem, který by nás v běžném životě nenapadl. Smích také pomáhá překonat napětí, jež způsobuje strach, protože uvolňuje atmosféru. „Účinek léčby humorem se projeví až po dlouhé době, asi jako když absolvujete kalciovou kúru. Je to vytrvalý apel na zdravý rozum. Právě ve jménu rozumu se humor stává zkreslujícím objektivem, který účelově deformovanému obrazu překvapivě dává reálné dimenze. Ale abychom zůstali na poli medicíny, mnohem důležitější než první pomoc ze strany krátkodeché konkrétní satiry je prevence. Léčba humorem, který bych z nedostatku jiného pojmenování nazval nadčasovým.“<sup>36</sup> Rozvíjím ho v další kapitole, kde jsem ho nazval podle Hanouska a zařadil do větve čistě humoristické.

Komika samozřejmě platí i pro výtvarnou publicistiku. „Z hlediska estetického je to ta část obsahu novin a časopisů, která používá výtvarných prostředků k dosažení jisté míry komična, nikoliv však pouze ilustrace k samostatnému a svébytnému materiálu psanému.“<sup>37</sup> Nepatří

<sup>33</sup> HANOUSEK, Ivan. Praha: 1969. s. 10

<sup>34</sup> BATCHELOR, Tim a kol. London: 2010. s. 13

<sup>35</sup> HANOUSEK, Ivan. Praha: 1969. s. 13

<sup>36</sup> FÖLDVÁRI, Kornel. Levice: 2006. s. 17

<sup>37</sup> HANOUSEK, Ivan. Praha: 1969. s. 14

sem tedy, jak už jsem zmínil, ilustrační kresby a fotografie. Ty totiž nedokáží samy o sobě vypovídat o událostech bez kontextu, který jim dodává text. Zato karikaturu chápeme hned v okamžiku, kdy se na ni díváme.

### 3.1.3.1.

#### Rozdělení výtvarné publicistiky z estetického hlediska

Už víme, že karikatura vzbuzuje smích, nebo alespoň úsměv na tváři. Není tomu tak ale ve všech případech, protože na druhou stranu může také pobuřovat. Čtenáři se tak rozdělují na dva tábory. Buď karikaturu přijmou, zasmějí se jí, což je důkazem toho, že se jim líbí, nebo ji odsoudí jako nemístný žert až urážku. Právě o to karikatuře neboli výtvarné publicistice jde (kontroverzním tématům se více věnuji v páté kapitole). Při rozboru a dělení můžeme jít ještě více dopodrobna. Hanousek rozdělil výtvarnou publicistiku podle estetického hlediska do tří větví:

#### 3.1.3.1.1.

##### Čistě humoristická

Tato větev se nesnaží útočit ani hrubě zesměšnit. „Zahrnuje především čistý vtip na základní lidská témata (o životě, sexu, apod.), který vyvolává pouze smích, dále pak kresby na konkrétní a aktuální témata, které vyvolávají osvobozující či úlevný smích – nikoliv však nenávistný smích či výsměch.“<sup>38</sup> Jde tedy o kreslený humor v pravém slova smyslu. S touto formou výtvarné publicistiky se setkáváme v denících, ale i v humoristických časopisech nejčastěji. „Maximálně tolerantní karikatura je nesmiřitelná a zlá pouze k tomu, co ohrožuje člověka a co se demagogicky pokouší mást jeho zdravý úsudek. Už svou podstatou je demokratická. Uděluje všem stejné právo na smích, zbavuje je společenského strnutí, a tím v jejich podvědomí boří legendy o věčných pravdách, zbavuje trůnu falešné autority, uznává jen přirozený stav věcí. Výsměšnou a na první pohled destruktivní podstatou je vždy proti, jinak nemůže; komika se rodí z extrémů, a ne ze statistického průměru.“<sup>39</sup> Tato karikatura bývá nadčasová a dokáže promlouvat k mnoha generacím. „Podobně je to s humorem dua Lasica - Satinský, kteří s vysloveným odporem vylučují možnost zakládat vtip na politických tématech; rozvíjejí spíš 'všelidské' nadčasové momenty. Tak jako oni i hloubavější karikaturisté kalkulují s mimovolními analogiemi, které člověka nutí hledat v podvědomí souvislosti, objevovat jejich skryté komické stránky.“<sup>40</sup> Kdykoli je potřeba, můžeme

<sup>38</sup> HANOUSEK, Ivan. Praha: 1969. s. 14

<sup>39</sup> FÖLDVÁRI, Kornel. Levice: 2006. s. 36

<sup>40</sup> FÖLDVÁRI, Kornel. Levice: 2006. s. 26

karikaturu znovu použít s odkazem na aktuální události. „Jsou karikatury, které v průběhu epoch účinkují jako nášlapné miny. Pokojně čekají, než opět přijde jejich čas, aby nálož humoru rozmetala předsudky a myšlenkové ustrnutí a v oslnivé explozi odhalila nové a nečekané podoby lidské existence. Nové před sto lety a stejně tak nové i dnes.“<sup>41</sup> Jako příklad uvádí Földvári staroegyptský žánrový obrázek, který zobrazuje výjev z bajky o lvu a antilopě. Král zvířat a jeho kořist zde hrají šachy nebo jim podobnou hru. „Když si odhlédneme od ‘faraónské’ techniky kresby, pocítíme, že tento přímo ezopovský příběh s přinejmenším pochybným otevřeným koncem se od svého vzniku nepřestal každou chvíli odehrávat kdesi na zeměkouli – dnes v politice i v hlubokém soukromí nejednoho z nás. A jestliže máme pokračovat ezopovským jazykem: není odvážná myšička (obrazová příloha č.1) čínského autora L. Wang, která se zachránila útekem doslova přes zaživací trakt pažravého kocoura, zároveň optimistickým holdem odvážným čínským nonkonformistům?“<sup>42</sup> S podobným soubojem velkého s malým se budeme setkávat neustále. Záleží jen na tom, jak chytře dokáže ten malý a slabší obelstít svého odvěkého nepřítele. Tento typ humoru „má nedefinovatelnou schopnost vytvářet atmosféru, navodit určitou náladu, která kdesi v hlubinách podvědomí útočí na naše city a způsob myšlení. Zdánlivě chce jen rozesmát, ale tím, že vyhledává absurdní spojení a zveličené dimenze, objevuje je nakonec v nás samých, nenápadně mění náš úhel pohledu i názory.“<sup>43</sup> Ale to není všechno, humor má i další blahodárné účinky. „Sebepoznáním z nás snímá kletbu setrvačnosti, svádí nás, abychom se vysvobodili ze zvířecí obruče bezmyšlenkovitého manipulovatelného davu. Tím, že v nás probouzí samostatné reakce, vrací nám individualitu.“<sup>44</sup>

### 3.1.3.1.2.

#### Satirická větev

Karikatura používá satiru jako nejznámější a nejbojovnější formu kresleného humoru. Díla takového charakteru vzbuzují nenávistný smích a výsměch. Tyto reakce se podle Hanouska řadí do první ze dvou nehumoristických větví výtvarné publicistiky. „Patří sem hlavně politická karikatura se všemi atributy satiry, jak je známe i z jiných oblastí – například literatury, nebo divadla.“<sup>45</sup> Satirická díla také nalezneme v novinách, ale i v časopisech. Jako příklad ze současnosti poslouží komiksový seriál Zelený Raoul, jenž vychází od roku 1990 týden co týden v časopise Reflex. Na témata z českého prostředí se zde autoři dívají očima

<sup>41</sup> FÖLDVÁRI, Kornel. Levice: 2006. s. 27

<sup>42</sup> FÖLDVÁRI, Kornel. Levice: 2006. s. 27

<sup>43</sup> FÖLDVÁRI, Kornel. Levice: 2006. s. 17

<sup>44</sup> FÖLDVÁRI, Kornel. Levice: 2006. s. 17

<sup>45</sup> HANOUSEK, Ivan. Praha: 1969. s. 15

ufona. Zobrazení bývají natolik kousavá, až se neobejdou bez kritiky, jak ze strany zesměšněných politiků, tak čtenářů.

Nejčastějším terčem jsou právě politikové. Do jaké míry mají karikaturisté se svou kritikou úspěch, trefně vysvětluje v rámci výstavy kresleného humoru britský kreslíř Gerald Scarfe, když tvrdí, že „podstatou politické satiry je odhalit přestupky a omyly politiků – těch, kteří si myslí, že jsou natolik chytrí, že mají schopnosti a zvláštní přednosti, které potřebují k tomu, aby nás vedli. Nadutost! Politici jsou tlustokožci, kteří si vlastně pozornost užívají: je lepší být karikovaný, než aby se o mně nikdo vůbec nezmínil. Všechno je vodou na jejich mlýn. Domnívám se, že politická karikatura má nepatrný vliv na obecný stav věcí; nejlepší, čeho mohu dosáhnout, je shromáždit tyto nedostatky pro účel podobně smýšlejících čtenářů. Slabá šance tu je, snad si sobecký politik všimne svých chyb. Proč to tedy dělám? Nu, každý musí něco dělat; mně se to líbí a cítím se dobře, když mé karikatury dokážou rozesmát – život bez humoru si nedokáži představit.“<sup>46</sup>

A politikové se hlasitě ozývají a protestují, že se jim namalovaný obraz nepodobá, nebo, že je satira přehnaná. Místo toho, aby se tomu prostě zasmáli. „Úroveň společnosti, stupeň civilizace nejbezpečněji prozradí její vztah k výsměchu, schopnost při pohledu do pokřiveného zrcadla zasmát se na vlastní účet. To je případ po dlouhý čas rozvíjející se demokracie: státníci zde sbírají vlastní karikatury, ne hlavy karikaturistů.“<sup>47</sup> Tato forma satiry nejčastěji souvisí právě s politikou. „Jenže právě u jedné z nejčastějších forem – politické karikatury – převládá křik, velkohubá slova a prvoplánová hesla. Z ní vyrostl kreslený humor, teda z čehosi, co je spíš utilitární publicistikou než plnokrevným uměním; prvotní je zde politická aktualita, které se podřídí tvořivá fantazie i výrazové prostředky. Obyčejně si žádá, aby se polemický 'vtip' vyslovil pěkně „polopatě“, obyčejně a nejlepě i urážlivě. Málokdo z tvůrců si uvědomuje, že originální past v druhém plánu, inteligentní výsměch, kryjící se s absurditou, je zpravidla mnohem účinnější než přímý výpad kyjem. Opakující se témata se v politické karikatuře stávají samoznakem, který bez ohledu na autory volně přechází z kresby do kresby. Výtvarník ho v nejlepším případě ztvární charakteristickým rukopisem, ale nic z vlastní fantazie ani filozofie nepřidá.“<sup>48</sup>

Podstatu karikatury trefně vystihl v české historii největší zastánce destruktivní síly satirické větve - Adolf Hoffmeister, když říká: „Poměr karikaturisty ke karikovanému není nikterak milostný. Karikaturista slečnu svlékne a prstem ukazuje: 'Lidi, podívejte se na ty křivé nohy.

<sup>46</sup> BATCHELOR, Tim a kol. London: 2010. s. 62

<sup>47</sup> FÖLDVÁRI, Kornel. Levice: 2006. s. 25

<sup>48</sup> FÖLDVÁRI, Kornel. Levice: 2006. s. 48

“<sup>49</sup> A dále dodává. „Kritika je něčím mezi propagací a demagogií vůbec. Nerozhoduje, jestli je kladná nebo záporná, rozhoduje, je-li dobrá a správná.“<sup>50</sup> Tvrdý postoj a chvála satirické větve Adolfa Hoffmeistera je natolik nadčasový, že jej drží i současní teoretici britského výtvarného umění, když tvrdí: „Umění a humor nesou společný názor, mohou představovat krásno, ale to nemusí být pravda. Občas je to ošklivé, útočné a znepokojivé. Je to zjevné, když se smějeme, měli bychom cítit vinu z naší spoluúčasti nebo bychom měli všechno pustit z hlavy? Humor je většinou, ať se nám to líbí, nebo ne, sexistický, rasistický a nepěkný v nespočtu jiných směrů. Tento typ funguje dobře v ústní podobě, jak známe z hospod a podobných míst, avšak pro humoristy a vizuální umělce je mnohem těžší nastavovat zrcadlo zkažené společnosti bez toho, aby se stali obětí cenzury a posměchu. Proto je nutné rozeznat rozdíly mezi humorem, který podporuje přijatý politický nebo sociální postoj, a humorem, jenž užívá žargonu k podpoře nového způsobu myšlení.“<sup>51</sup>

Bohužel satira byla nejen v Československu oblíbeným nástrojem v dobách politické propagandy, zejména před rokem 1989, kdy karikatura hrdě bojovala proti imperialismu. Komunisté kapitalisty stavěli na roveň nacistické ideologii. A represe fungovala i dovnitř, pokud se vládnoucím kádrům někdo postavil, nesměl publikovat. „Cenzoři si uvědomili, že slovo kreslené je přesvědčivější než slovo psané.“<sup>52</sup> Proto jej velmi účinně používali k propagandě a práci s veřejným míněním. Jak jinak si představit mandelinku bramborovou, než jako žravého imperialistického brouka s ostrými tesáky, kterého na naše pole shazují americká letadla? Ale právě karikatura v dobách vlády jedné strany až přehnaně upozadovala část kreslenou za textový komentář. „Klasická politická karikatura, její hvězdné vrcholky i solidní průměr mají však s podivem styčný bod s deformovanými pohrobky socialistické ‘satiry bojující’: málokterý kreslíř umí z konkrétní události extrahovat charakteristický moment, kterým by bez textu vyslovil podstatu. A slovní doprovod – dialog, aforistický komentář, který běžně používá část méně ve výtvarných pojmech rozmýšlejících autorů, se postupně osamostatňuje, odsouvá kresbu do druhého plánu, činí ji zbytečnou (protože nic nevyjadřuje, všechno za ni dělá slovo); dá se nahradit libovolnou jinou. Suverénní kresba se tu degraduje na typografický doplněk“<sup>53</sup> Příklady propagandy uvádím v následující kapitole. Humor často vzniká v nelehkých až skličujících životních situacích. „Jako původce větší části humoru objevujícího se v současném umění může být označen návrat zpět k dadaismu, směru, který vznikl v hrůzách druhé světové války. Miliony lidí umíraly a dadaisté si dělali hloupé

<sup>49</sup> HOFFMEISTER, Adolf. Praha: 1961. s. 37

<sup>50</sup> HOFFMEISTER, Adolf. Praha: 1961. s. 62

<sup>51</sup> BATCHELOR, Tim a kol. London: 2010. s. 13

<sup>52</sup> HOFFMEISTER, Adolf. Praha: 1961. s. 90

<sup>53</sup> FÖLDVÁRI, Kornel. Levice: 2006. s. 25



vtípky. Používali humor, žert a zesměšnění jako reakci na masové vraždění a politicko-finanční nepokoj. Jejich práce byla často temná, anarchistická a nenabízela jednoduché čtení. Dadaisté ukázali, že čím je situace ubožejší, tím lehčeji z ní lze vytvářet umění nebo vtipy.<sup>54</sup> Satira tak svým způsobem pomáhala ventilovat.

Prosazení satiry se mezi plnohodnotné žánry nebylo jednoduché, jak uvádí příklad z britského prostředí. „Politická satira byla v minulosti často užívána historiky a komentátory jako měřítko veřejného názoru a jako doklad o jedinečnosti svobody projevu, o niž se Britové opírají. Nicméně politická účinnost politické satiry byla vždy pochybná. Tisky byly poměrně drahé a někdy velmi jasně zaměřené na vzdělané publikum (s použitím latinských poznámek a důmyslnými literárními a mytologickými odkazy). Tím pádem se bezvýznamný i odvážný humor politické satiry spíše zaměřil na kontext elitní kultury, raději než by jí odporoval.“<sup>55</sup>

Ve Spojených státech amerických – zemi svobody slova, měli karikaturisté politická témata jako jedna z nejčastějších. „Umělci New Yorkeru mají dlouhou tradici vyhýbání se politice, ale popravdě jejich karikatury byly vždy politické, aniž by na první pohled vykazovaly znaky, které představuje politická karikatura. V historii časopisu se objevilo několik cenných obrázků, které ukazují medvědy beroucí metlu na orly, nebo osly na slony, ale i stovky těch, které popichují vážnost politického systému parodováním nadutých senátorů a kongresmanů – jejich dvojsmyslnou řeč a falešné sliby.“<sup>56</sup> Politická satira neodmyslitelně patří mezi karikaturistova nečastější témata, stejně tak to platí pro výtvarnou publicistiku.

„Tisková konference politiků se stala standardní karikaturou New Yorkeru.“<sup>57</sup> Nejlepším příkladem je obrázek Davida Sipresse, na kterém stojí politik při mítinku s novináři a s veškerou vážností jim sděluje, že se rozhodl odejít od rodiny, aby mohl více času věnovat politice.

V nedávné době se karikatury staly osobnější. V roce 1998 se stala největším tématem aféra Billa Clintona s Monikou Lewinskou, aféra, jež dostala satirickou nálepkou Monicagate.

Další kontroverzní témata přiblížím v páté kapitole.

### 3.1.3.1.3.

#### Avantgardní větev

Druhá nehumoristická oblast výtvarné publicistiky je narozdíl od předešlé nesatirická.

„Pokrývá celou oblast tak zvaného avantgardního kresleného humoru.“<sup>58</sup> Zmiňuji ji zde pouze

<sup>54</sup> BATCHELOR, Tim a kol. London: 2010. s. 13

<sup>55</sup> BATCHELOR, Tim a kol. London: 2010. s. 64

<sup>56</sup> MANKOFF, Robert. New York: 2004. s. 652

<sup>57</sup> MANKOFF, Robert. New York: 2004. s. 652

<sup>58</sup> HANOUSEK, Ivan. Praha: 1969. s. 15

pro úplnost Hanouskova rozdělení. Sice se s ní setkáme hlavně v umělecky zaměřených periodikách, tato větev tak přesahuje hranice zájmu této práce, avšak avantgarda měla v českém prostředí zásadní pozitivní vliv na přijetí karikatury mezi plnohodnotné umění. V meziválečném období měli co dočinění s avantgardou téměř všichni karikaturisté a velmi významná byla přehlídka karikatur v Mánesu v roce 1934. „Karikatura se tehdy těšila v žurnalistice i umění nebývalému zájmu. Je tomu skutečně tak, a to jistě také proto, že ideologie meziválečné avantgardy měla ke karikatuře blízko, vlastně ji pozvedla, podobně jako pozvedla film, plakát, nebo kabaret, na úroveň plnohodnotných uměleckých projevů. Do poetické koncepce umění jako součásti života, do hledání umění ve všednodenních projevech, jak jej známe z prvního prohlášení Devětsilu, do jejich ideologie smíchu a lehkosti karikatura rozhodně zapadala.“<sup>59</sup> Karikatury se v té době začaly objevovat i v avantgardních periodikách. Mezi hlavní témata patřil „obdiv k modernímu věku měst, masové výroby a kolektivního soužití, který se nacházel v základech přijetí těchto do té doby okrajových nebo dokonce neexistujících projevů vizuální kultury, z nichž karikatura měla, stejně jako film, přitažlivost masového média.“<sup>60</sup> V době před druhou světovou válkou se tak karikatura těšila mnohem většímu zájmu, než je tomu dnes. Situace a vývoj meziválečného vysokého umění žily z nadšení pro práci na rozkvětu republiky. „Šlo o éru z nejvýznamnějších v dějinách českého umění vůbec. Zdárné existenci tohoto vitálního a mnohotvárného organismu velkou měrou napomáhala čerstvě rozproušená energie národního života, která, poháněna snahou o sebepoznání a seberealizaci, otevírala cesty pro osobité výtvarné vyjadřování. To platí také pro dobovou karikaturu. Avšak vzhledem k tomu, že karikatura je mnohem bezprostředněji než díla tradičních uměleckých žánrů spjata s každodenním politickým životem, nepřekvapí nás, že ve srovnání s nimi byly její vývoj a podoby ještě rozmanitější a bouřlivější.“<sup>61</sup>

#### 3.1.4.

##### Výtvarná publicistika jako novinový žánr

Kreslený humor, jehož součástí je karikatura neboli výtvarná publicistika, jak tuto oblast nazývá Ivan Hanousek, patří do publicistiky v užším slova smyslu, protože se vyjadřuje k aktuálnímu dění, na které nahlíží svým vlastní svébytným způsobem. Můžeme ji tedy chápat jako nedílnou součást žurnalistiky. Svým způsobem tomu tak je, jen k tomu používá na úkor slov primárně obrazy, nadsázky, satiry a humoru. Novináři filtrují informace, když vybírají ty, které by měly být zveřejněny. A stejně je na tom i karikaturista, jenž kreslí své obrazy

<sup>59</sup> CHROBÁK, Ondřej, WINTER, Tomáš. Praha: 2006. s. 107

<sup>60</sup> CHROBÁK, Ondřej, WINTER, Tomáš. Praha: 2006. s. 107

<sup>61</sup> CHROBÁK, Ondřej, WINTER, Tomáš. Praha: 2006. s. 105

skutečné události, „která byla tak důležitá, že stála za zmínku.“<sup>62</sup> Podobně jako noviny i karikatury se rychle kazí. Potřebují být aktuální. „Hlavním problémem politické karikatury však zůstává čas. Čím dále od karikované události, tím víc mizí její estetický účinek. Původně aktuální a provokující téma ztrácí schopnost bezprostřední komunikace a nevyhnutelně potřebuje vysvětlivky. Ono umělecké dílo, kde od estetického vjemu musíte neustále odskakovat ke komentáři, zákonitě přichází o působivost a mění se v muzejní exponát. Můžete na něm obdivovat, jak autor mistrně ovládá řemeslo, ale už netoužíte vytáhnout ho z vitríny. Víte, že z něj lidské teplo už dávno vyprchalo.“<sup>63</sup> Nemusí jít jen o výtvarnou tvorbu. „Je to stejné, jako když Cervantes vypravuje obsah Dona Quijota a editor vás v dobrém úmyslu pod čarou zasype dalšími informacemi. Požitek ze čtení zmizí kdesi při přebíhání mezi těmito dvěma textovými rovinami.“<sup>64</sup>

Aktuálnost je v případě karikatury tím nejdůležitějším znakem, je tím, co spojuje karikaturu se zpravodajstvím. „Karikatura žije svůj vlastní stručný život. Je dána situací, která umírá. Je mrtvá, když není uveřejněna ihned. Volá po své publicitě. Potřebuje noviny, jako noviny potřebují ji. Je-li reportáží, je-li průvodcem nebo satirou událostí v politice, hospodářství, literatuře, musí být spatřena, nakreslena a dána do tisku takřka v téže chvíli.“<sup>65</sup>

Zde platí zákony podobné jako pro žurnalistiku. Protože jak novináři, tak kreslíři zaznamenávají tok událostí. „Hrát lze jen divadlo. Karikatura je výlučně odrazem pravdivé skutečnosti, nepotřebuje scénář ani ateliér. Potřebuje kameru a šíleného reportéra.“<sup>66</sup>

Výtvarná publicistika je „nepochybně takový specifický novinový žánr, který užívá k vyjádření určité myšlenky, nebo k dosažení určité reakce u čtenáře, odpovídajícího výtvarného, nikoliv písemného projevu. Dále by se mělo brát v úvahu, že může jít o výtvarné vyjádření ve spojení s psaným slovem (například využívající kontrastu slova a obrazu), ale i bez tohoto spojení, tedy zcela beze slov.“<sup>67</sup> Přesto je nutné zdůraznit, že i v tomto případě Hanousek používá termín čtenář nikoliv pouhý konzument uměleckého díla.

Jak tedy výtvarnou publicistiku zařadit do kontextu novinových žánrů? „Jde o žánr charakteru uměleckého, bude tedy v sousedství fejetonu, nebo bude mít místo spíše poblíž komentáře?“<sup>68</sup> Odpověď na tyto otázky není jednoznačná, podívejme se na ni podrobněji.

---

<sup>62</sup> HOFFMEISTER, Adolf. Praha: 1961. s. 47

<sup>63</sup> FÖLDVÁRI, Kornel. Levice: 2006. s. 25

<sup>64</sup> FÖLDVÁRI, Kornel. Levice: 2006. s. 26

<sup>65</sup> HOFFMEISTER, Adolf. Praha: 1961. s. 71

<sup>66</sup> HOFFMEISTER, Adolf. Praha: 1961. s. 75

<sup>67</sup> HANOUSEK, Ivan. Praha: 1969. s. 16

<sup>68</sup> HANOUSEK, Ivan. Praha: 1969. s. 17

#### 3.1.4.1.

##### Funkce výtvarné publicistiky

Možnosti kresleného humoru jsou nepřeborné, proto činí veliké obtíže stanovit pevné hranice mezi žánry, které by obsáhly všechny oblasti jeho zájmu. „Na první pohled se zdá být jasné, že nepůjde o funkci jedinou, univerzální. Po dlouholetém zkoumání velkého množství publikovaných kreseb v našem tisku jsem dospěl názoru, že výtvarná publicistika dokáže svými prostředky, svou žánrovou šíří prakticky obsáhnout téměř všechny funkce, které plní ostatní novinové žánry.“<sup>69</sup> Tady však nemůžeme tvrdit, že by ji mohla plně nahradit. Výtvarná publicistika si to neklade za cíl, jde pouze o jiný náhled na stejná témata, která rozebírají žurnalisté ve svých psaných komunikátech. To ale neznamená, že by měla obrazová ztvárnění menší váhu. „Jde o jakousi druhou rovinu, vznášející se paralelně nad rovinou psaného slova běžných novinových žánrů. Dovedeno ad absurdum, dal by se složit třeba celý časopis výhradně z děl výtvarné publicistiky, který by obsahoval všechny žánry. Jednotlivé kresby by tak plnily funkci úvodníku, komentáře, přes zpravodajskou funkci až po funkci fejetonu, zábavního materiálu, rébusu a dokonce i románu na pokračování.“<sup>70</sup> Pokud bychom šli ještě dál, dala by se výtvarná publicistika využít i pro inzertní strany na zobrazení reklamy. Uvádím to zde pouze jako příklad nepřeborných možností, které s sebou nese využití obrazu a případné kombinace se slovy, ale tady už přesahuji do oblasti, která je nad rámec této práce. Přesto jsou žurnalistické funkce, pro které je výtvarná publicistika přímo zrozena. „Do jisté míry už samou svou povahou netají se v každé své funkci schopností komentovat, často kriticky.“<sup>71</sup> Tady se cítí nejlépe. Podívejme se na oblasti, jež jsou pro výtvarnou publicistiku nejzásadnější.

Výtvarná publicistika se osvědčuje ve třech oblastech:

Komentování událostí – patří sem polická karikatura, kresba aktuálních témat nebo tak zvaná komunální satira.

Zábava – do tohoto rámce řadíme humoristické kresby na nepolitická témata.

Umění – především v poetické větvi výtvarné publicistiky a kresby nesatirické větve, působící jako autonomní výtvarná umělecká díla často s filozofickým nábojem. Jak už jsem uvedl, pro potřeby práce tento rámec pouze zmiňuji. Nebudu se mu podrobně věnovat, protože přesahuje publicistickou oblast.

<sup>69</sup> HANOUSEK, Ivan. Praha: 1969. s. 17

<sup>70</sup> HANOUSEK, Ivan. Praha: 1969. s. 17

<sup>71</sup> HANOUSEK, Ivan. Praha: 1969. s. 19

Tady se dostávám k samé podstatě výtvarné publicistiky, která, jak už její název napovídá, stojí na pomezí mezi uměním a publicistikou. Sama o sobě má nepřebornou šíři možností, která témata si vybrat a jak je následně ztvárnit. Ale její vysvětlení a přesné vymezení není tak jednoznačné, jak by se podle výše uvedeného dělení mohlo zdát. „Je specifickým hraničícím žánrem mezi uměním a publicistikou. Obsahuje náboj komična, kterého dociluje především výtvarnými prostředky, někdy ve spojení s psaným slovem. Tím se liší od ostatních novinových žánrů, které užívají pouze psaného slova, případně fotografie.“<sup>72</sup> Právě proto by výtvarná publicistika měla být zkoumána, coby plnohodnotný žurnalistický útvar. „V novinách zastává nejčastěji funkci komentáře (kritické poznámky, polemiky), dále funkci zábavní a funkci svébytného žánru uměleckého. Ve výtvarném umění zastává podobné místo jako v umělecké literatuře anekdoty, aforismy, epigramy. Hlavními znaky výtvarné publicistiky jsou stručnost, zkratka a náznak. Pracuje také často s alegorií, neobvyklým spojením a kontrapunktem.“<sup>73</sup> Tedy s prostředky, které jsou v žurnalistice příznačné pro dílčí oblast syžetovou.

### 3.1.5.

#### Jazyk karikatury

Zatím jsem nevysvětlil, jak vlastně karikatura funguje, proč je pro čtenáře tak přitažlivá. Dokáže totiž nabídnout i pocity, vůně. Používá prvky společné s komiksem. Podobnosti karikatury s komiksem si všiml už teoretik médií Marshall McLuhan. Oba žánry pracují s propojením slova a obrazu. Karikatura i komiks ale dokáží vyjádřit vše podstatné i beze slov. Proto si mohou dovolit dávat dohromady zábavu pro teenagery s uměním vystihnout okamžik zachycený v karikatuře. Podle McLuhana se „comics dvacátého století v mnohém knihtisku – a dokonce i primitivnímu dřevorytu – podobají. Strukturální vlastnosti knihtisku a dřevorytu se objevují také u karikatury; všem těmto žánrům je společný participační a kutilský charakter, který dnes prostupuje širokou oblast vnímání médií. Knihtisk je klíčem ke karikatuře, stejně jako je karikatura klíčem k pochopení televizního obrazu.“<sup>74</sup>

Jak se dostáváme k podstatě karikatury objevujeme stále větší podobnost s jiným médiem, které taky vyžaduje vysokou míru participace diváka. Máme na mysli televizi, jejíž účinky na člověka brilantně popsal Marshall McLuhan. Spolu s komiksem ji řadí mezi chladná média. Ta poskytují divákovi a čtenáři „jen velmi málo údajů o nějakém bližším časovém či

<sup>72</sup> HANOUSEK, Ivan. Praha: 1969. s. 20

<sup>73</sup> HANOUSEK, Ivan. Praha: 1969. s. 21

<sup>74</sup> MCLUHAN, Marshall. Praha: 1991. s. 156

prostorovém aspektu předmětu. Divák či čtenář je nucen účastnit se doplňování a interpretace několika málo obrysových náznaků. Z toho vyplývá velmi vysoký stupeň participace diváka, který musí doplňovat to, co je v mozaikové síti bodů jen naznačeno.<sup>75</sup> Televize, komiks a karikatura jsou přitažlivé proto, že vtahují uživatele jako tvůrce a účastníka. Jde o „formu nevizuálního sebeuvědomění, jež nastává při interakci lidí s neživými předměty.“<sup>76</sup> Při této činnosti se ztotožníme s hrdiny. V našich představách jim vdechneme život.

Podobné ztotožnění nastává i v reálném světě. McCloud tento proces vysvětluje na jízdě automobilem. „Při řízení auta toho prožíváme podstatně víc, než jen to, co registruje našich pět smyslů. Bez ustání si ostře uvědomujeme celé auto – ne jen ty jeho části, které vidíme, slyšíme a nahmatáme.“<sup>77</sup> Celý princip funguje stejně, jako když si uvědomujeme, co dělají ruce nebo nohy v okamžiku, kdy se na ně zrovna nedíváme. „Vůz se stane prodloužením našeho těla. Pohlcuje nás smysl pro vlastní totožnost. Stáváme se autem.“<sup>78</sup> Důsledkem toho je rozšířené sebeuvědomění. Pokud narazí jiné auto do vozu, který řídíme, nastane tato situace. Šofér totiž skoro vždycky řekne něco jako: „Sakra! Vrazil do mě!“ Vůbec ho v této chvíli nenapadne říci: „Vrazil do mého auta!“ A už vůbec ne: „Jeho auto vrazilo do mého auta!“<sup>79</sup>

Jak už jsem uvedl výše, člověk je sebestředný tvor a jeho „totožnost a sebeuvědomění se denně promítají do celé řady neživých předmětů. Například naše šaty mohou způsobit spoustu proměn v tom, jak nás vnímají naši bližní i jak vnímáme sami sebe.“<sup>80</sup> Podle tohoto principu měníme styl oblečení podle situace. Na firemní večírek přece nepůjdeme v plavkách, stejně tak jako nejspíš nebudeme sportovat ve smokingu.

Jenže ztotožnění neplatí jen pro oblečení. Setkáváme se s ním u celé řady běžných věcí, bez kterých si život nedokážeme představit. „Naše schopnost přenosu totožnosti na neživé předměty dokáže změnit dva kusy dřeva v nohy (při zranění používáme berle), nebo udělat ruce z kousku kovu (jídlo konzumujeme příborem), z trochu plastu jsou hnedle uši (s telefonem u hlavy), a z kousků skla oči (slabší zrak vylepšujeme brýlemi).“<sup>81</sup>

Ve všech těchto případech jde podle McClouda stále o sebeuvědomění, které proudí z lidského nitra ven. Tímto způsobem dokážeme pojmout i předmět naší rozšířené působnosti. Důležité je, že tato rozšíření stejně jako vlastní biologickou podstatu vnímáme

---

<sup>75</sup> MCLUHAN, Marshall. Praha: 1991. s. 153

<sup>76</sup> MCCLOUD, Scott. Brno: 2008. s. 38

<sup>77</sup> MCCLOUD, Scott. Brno: 2008. s. 38

<sup>78</sup> MCCLOUD, Scott. Brno: 2008. s. 38

<sup>79</sup> MCCLOUD, Scott. Brno: 2008. s. 38

<sup>80</sup> MCCLOUD, Scott. Brno: 2008. s. 38

<sup>81</sup> MCCLOUD, Scott. Brno: 2008. s. 39

prostřednictvím zjednodušených obrazů. Tímto jednoduchým rozbořením lidského vnímání pronikáme do samé podstaty vnímání karikatury, protože ta na nás promlouvá stejným jazykem - pomocí zjednodušených obrazů.

V karikatuře i komiksu nedochází k propojení pouze obrazů a slov. Prolínají se zde i další smyslové vjemy. Tvůrcům těchto děl se nabízí nepřeberné množství prostředků k vyjádření emocí, nálady, zvuků, ale i pachů. Vše jen záleží na výtvarném zpracování díla. Stačí blažený výraz tváře a srdíčka nad hlavou a každému je hned jasné, že je postava zamilovaná. Naopak rozsypané odpadky vedle ležící popelnice s čarami naznačujícími směr stoupajícího nepříjemného zápachu čtenáře nenechají na pochybách, že jde o nelibou vůni. Stačí pár linek a z pouhého obrázku se stane vizuální metafora. Zobrazení zápachu se stane symbolem a začnou jej používat další tvůrci. A symboly jsou přece základem jazyka.

Karikatura zobrazuje svým vlastním pohledem zásadní události v historii lidstva, ať už jsou jakkoli děsivé, snaží se je zachytit s lehkostí sobě vlastní, aby nám po jejím zhlédnutí zůstal úsměv na tváři. Jak již bylo řečeno, vládnoucí síly chtěly odjakživa využít jejího širokého dosahu na publikum a zneužily ji k propagandě, o tom více v následující kapitole.

## **4. Zneužití karikatury**

### **4.1 Propaganda**

Karikatury společně s plakáty, filmem a komiksem v minulosti dokázaly nejúčinněji komunikovat nejen s mladým publikem. Ti, kteří drželi otěže moci pevně v rukou, si to uvědomili a začali toho zneužívat.

Podle akademického slovníku cizích slov propaganda znamená – „veřejné šíření, často demagogické prosazování, doporučování nějakých myšlenek, názorů a podobně s cílem získat dlouhodobě přívržence.“<sup>82</sup> Z této definice vyplývá její pejorativní význam. Původně se ale jednalo o význam neutrální čili bez konotací. Propaganda plnila čistě získávací funkci, ať už šlo o dobrou nebo špatnou věc či myšlenku. Podobně jako na čtenáře, diváky nebo posluchače působí reklama.

Negativní konotaci ve spojení s kreslenou a filmovou produkcí slovo získalo až s nástupem nacismu a komunismu. Obě diktatury, tolik si podobné v prostředcích své vlády, ač se k smrti nenáviděly, dovedly bezesbytku využít možnosti tehdejších médií. „Stalinská uměnověda chápala karikaturu především jako účinný prostředek ovlivňování mas, který má schopnost

---

<sup>82</sup> PETRÁČOVÁ, Věra a kol. Praha: 2001.

populární formou tlumočit politickou linii komunistické strany.<sup>83</sup> A nejen to, kreslené obrázky totiž „dokáží přesvědčovat k přidání se k fašismu, přijmout novou víru, nebo začít nenávidět svého souseda, kvůli jeho barvě pleti? To není možné. Komiks přece ukazuje bezstarostné příběhy pro děti, jež jsou plné roztomilých zajíčků. Je to ale opravdu tak?“<sup>84</sup> Tato představa je mylná. Švédský novinář a teoretik kresleného umění Fredrik Strömberg ve svém díle *Comic Art Propaganda* vysvětluje proč: „Kreslená díla byla často užívána jako nástroj propagandy. Například komiks má přímo kouzelnou schopnost upoutat a udržet čtenářovu pozornost. Je to proto, že kreslené části jsou nejčtivější částí novin a časopisů. Je to tak, protože jsou lépe napsány, zajímavější a mnohem více vzrušující než ostatní obsah?“<sup>85</sup> Není to tak úplně pravda. Opět se totiž dostáváme k definici kresleného humoru a karikatury, kde podobně jako u komiksu čtenáře přitahuje „těsná kombinace slov a obrazů. Bublíny, prostřednictvím kterých postavy mluví, titulky, onomatopoeia, jež dávají život a smysl tomu, co je jinak bez života.“<sup>86</sup> A švédský autor zde přináší ještě další, podle něj zajímavější důvody toho, proč je tento druh obrazného vyjádření tak poutavý. Podle Strömberga je v ikonickém, zjednodušeném způsobu, který používá karikatura a komiks ve svých obrazech, skrytý pohled, jímž vidíme svět, proto tyto obrazy mluví přímo ke svým čtenářům.

„Tyto obrazy mají prokazatelnou sílu uchvátit příjemce. Tato síla byla často zneužita k vyjádření názoru nesoucího ideje a k přesvědčování čtenáře o různých věcech, neboli jako nástroj propagandy.“<sup>87</sup>

#### 4.1.1.

##### Propaganda v českém prostředí

Propaganda jde ruku v ruce s politickou karikaturou, což se v Československu projevilo už před druhou světovou válkou. Důkazem je jeden z nejvýznamnějších umělců Adolf Hoffmeister, jehož „kresby z druhé poloviny dvacátých let nejsou karikaturami v konvenčním slova smyslu politických invektiv a revolučních satir.“<sup>88</sup> Hoffmeisterův postoj se ale změnil v první polovině třicátých let v portrétech sovětských a francouzských politiků a umělců. „Ve shodě s tehdejším vlastním okouzlením Sovětským svazem a jeho režimem zvětšil komunistickou orientaci André Gida, Louise Dragona nebo André Marlauxe. Hoffmeister spolu s dalšími umělci a kritiky (Emilem Fillou, Lacem Novomeským, Vladislavem Vančurou

<sup>83</sup> CHROBÁK, Ondřej, WINTER, Tomáš. Praha: 2006. s. 89

<sup>84</sup> STRÖMBERG, Fredrik. New York: 2010. s. 9

<sup>85</sup> STRÖMBERG, Fredrik. New York: 2010. s. 9

<sup>86</sup> STRÖMBERG, Fredrik. New York: 2010. s. 9

<sup>87</sup> STRÖMBERG, Fredrik. New York: 2010. s. 9

<sup>88</sup> CHROBÁK, Ondřej, WINTER, Tomáš. Praha: 2006. s. 51



či Jiřím Krejčím) nakonec vystoupil proti přílišnému opojení a prosazování socialistického realismu. „Trpkou příchuť Hoffmeisterových karikatur této doby má však skutečnost, že se socialistický realismus stal po poválečném komunistickém převratu oficiálním vůdčím směrem československého výtvarnictví a že to byl mimo jiné Hoffmeister, kdo na tehdejších režimu nikoli v nevýznamných funkcích participoval.“<sup>89</sup>

Nebyl samotný, Karel Teige v roce 1937 přirovnal dogmatické prosazování socialistického realismu s fašismem, „odsuzujícím podobně jako komunistická ideologie moderní tvorbu do pozice zvrhlého umění.“<sup>90</sup>

Tendenční umění, včetně žurnalistiky, ale spatřujeme už od rozkvětu karikatury v období politických změn poloviny devatenáctého století. Tento neklid pokračoval až do pádu habsburské monarchie po první světové válce. „V Čechách vládne na přelomu 19. a 20. století tísnivá, podmračená, sebevražedná nálada, plná skepse a únavy. V této situaci, znásobené trvalými neúspěchy politickými, nebylo lehké odrazit se od polohy zmarněných nálad a od zjevně statických prostředků žánrového zobrazení.“<sup>91</sup> K tendenčnímu umění přispěl i Emil Filla, když byl v roce 1914 nucen odejít do emigrace. V Amsterdamu navázal styky s československým zahraničním odbojem a vstoupil do tajné organizace Mafie. „Kromě nových kubistických obrazů, u nichž převažovala tematika zátiší, ovlivněná studiem holandských mistrů, vznikla série dosud nepříliš známých karikatur. Většina z nich byla otištěna v časopise Michel in Stumpf (Michel v bahně). Časopis měl protiněmeckou a protihabsburskou orientaci a byl určen emigrantům z těchto zemí.“<sup>92</sup> Nejvíce pranýřovanou osobností z Fillova pera se stal německý generál a od roku 1916 vrchní velitel pozemních sil Paul Hindenburg, pozdější říšský prezident výmarské republiky. Ten byl v roce 1933 sesazen Adolfem Hitlerem, z něhož se nakonec stala celosvětově nejčastěji karikovaná osobnost. Emil Filla nebyl jediným zástupcem rozmachu karikatury počátkem dvacátého století.. Ať už předválečná, nebo meziválečná doba, obě přinesly spoustu podnětů pro tvorbu karikaturistů. K těm nejvýznamnějším v té době patřil Zdeněk Kratochvíl, Josef Váchal, František Kellner, Josef Lada (obrazová příloha č. 2). V období druhé světové války přicházejí další významné osobnosti nejen výtvarného života. Mám na mysli Antonína Pelce (obrazová příloha č. 3), Františka Bidla a Josefa Čapka. Samostatnou kapitolou je karikatura v období druhé světové války, kdy bojovala proti nacismu a válce vůbec. To jí bohužel vydrželo i s nástupem komunismu, který potřeboval udržovat povědomí o zdánlivém zlu a permanentním nepříteli,

<sup>89</sup> CHROBÁK, Ondřej, WINTER, Tomáš. Praha: 2006. s. 56

<sup>90</sup> CHROBÁK, Ondřej, WINTER, Tomáš. Praha: 2006. s. 56

<sup>91</sup> PYTLÍK, Radko. Praha: 1988. s. 28

<sup>92</sup> CHROBÁK, Ondřej, WINTER, Tomáš. Praha: 2006. s. 39

v té době vykonstruovaném. Monopol na zábavu získal stranou monitorovaný časopis Dikobraz.

Jakýkoli náznak, jež by podřýval autoritu jedné strany, byl podchycen hned v začátku. V nejlepším případě upadl do ilegality. „I za menší žertíky se v době komunistického teroru padesátých let a pak i v době normalizace ničily životy a povolání. Sovětská idyla byla sice hrdě ateistická, ale přesto nepřipouštěla žádnou božskou legraci, která by se jí týkala. Žert o bozích komunismu či o revoluční spáse byl vždy již hrdelní svatokrádeží.“<sup>93</sup>

„České švejkovské povaze se přinejmenším od třicetileté války mezi křesťanskými vyznáními zdá být ironie druhou přirozeností, a proto se jejímu ostří historicky nevyhne žádná autorita či tradice, české ironii tedy není „svaté“ vůbec nic. Ale ironie není totéž co duchovnost. Teprve humorem se rozbíjí iluze naivní lidské vůle k dobru. Dává-li ironie české nátuře určitý odstup od fanatické horlivosti, ať už pro církve či strany, pak teprve humor obnažuje iluze, které má člověk a národ sám o sobě. Češi ve své většině holdují štědře ironii, avšak humor mířící na vlastní dobrotu, nevinu, něžnost, sametovost či pracovitost postrádají. A proto sice netrpí fanatismem, ale také nepřekypují vážností.“<sup>94</sup>

#### 4.1.2.

##### Hlavní témata světové kreslené propagandy

V karikatuře se neustále opakují témata, jež představují rozbušku už po celá staletí. Mezi ně patří rasová nesnášenlivost, náboženská nevraživost, válečné konflikty, politické skandály, ale třeba i méněcennost ženského pohlaví. Nejedná se pouze o jednostranné příklady ze zemí žijících pod diktaturou jedné strany nebo panovníka. S ovlivňováním názorů se setkáváme i v západních zemích. Propaganda zde začíná nenápadně, jako příklad poslouží vtip z kategorie automobilismu. „Podobně jako golfový humor nebo humor o penězích: mnohé z těchto karikatur byly domněle o autech, ale popravdě si utahovaly z žen za volantem. Jejich autoři se neustále vracejí k tématu, že ženy nevědí, jak automobil funguje, a také představují zkázu, kdykoli se vypraví na silnici.“<sup>95</sup>

Když přejdeme k vážnějším případům, dozvídáme se, že nejlepší pro vojáka jsou cigarety, které nám na stránce časopisu nabízí reklamní komiks se spoře oděnou dívkou. Nejlepší jsou samozřejmě ty s velbloudem, cigarety mají jemnou chuť a příliš nepoškodí krk. Takto vypadala propagace kouření ve čtyřicátých letech dvacátého století.

<sup>93</sup> BECK MATUŠÍK, Martin. Žert a Svatokrádež: Literární noviny, č. 8, 2006, s. 1

<sup>94</sup> BECK MATUŠÍK, Martin. Žert a Svatokrádež: Literární noviny, č. 8, 2006, s. 1

<sup>95</sup> MANKOFF, Robert. New York: 2004. s. 302

V Sovětském svazu se na plakátech na koních proháněli Lenin se Stalinem, dodnes můžeme podobné socialisticky realistické kresby státníků vidět v Číně a Severní Koreji. Zde sice nejde o karikaturu, na druhou stranu tímto způsobem tyto obrazy mohou vnímat čtenáři v domněle zneprátelených zemích, protože jim připadnou jim směšné.

Na obálce biografie Saddáma Husajna, jež vyšla v Indii po jeho zatčení, je státník vyobrazen téměř v božském světle (a jak jinak, opět i na koni) (obrazová příloha č.4) Popravdě řečeno Saddám neměl v konfliktu proti Georgi W. Bushovi šanci, protože americkou armádu v té době podporovali všichni superhrdinové společnosti Marvel, a to včetně takových es, jakými jsou Spiderman, Kapitán Amerika, nebo Hulk.

Spojení kreslených hrdinů s reálným světem v rámci boje za mír vidíme už za druhé světové války. Japonským vojskům tehdy pomáhal roztomilý pejsek Norakuro (obrazová příloha č. 5) a do boje proti nacismu se zapojily téměř všechny populární postavičky Walta Disneye i společnosti Warner Brothers.

Po tom všem ani nezní nijak neobvykle zjištění, že druhou světovou válku ukončil Superman. Pozadu nezůstává ani arabský svět, se svými svalnatými superhrdiny inspirovanými západní kulturou, avšak vycházející z tradice islámu. V komiksově podobě zde vycházejí příběhy pod názvem 99 ctností Alláha, které jsou parafrází na Korejský slogan, v němž stojí, že „Bůh má 99 jmen. Každé z nich je samo o sobě ctností. Patří sem například síla, odvaha, moudrost a spravedlnost. Bůh muslimům rozdává z těchto ctností, avšak lidé nejsou dokonalí a každý z nich dostane pouze určitou část z nich. Pouze Alláh oplývá všemi devětadevadesáti.“<sup>96</sup> Satiru téměř pokaždé najdeme i na druhé straně barikády. V Izraeli vychází komiks, v němž hlavní hrdina Shaloman, nikoli nepodobný Supermanovi, bojuje proti arabským teroristům.

#### 4.1.2.1

##### Vtípky o nosu

Mezi nejhorší příklady zneužití karikatury a kresleného humoru pro účely propagandy patří vtípky namířené proti barvě pleti nebo jakékoli rasové různorodosti. Proto se v historii setkáváme s obrazem Číňanů coby žlutých vykořisťovatelů. Typickým příkladem jsou dvě americké karikatury z devatenáctého století. V časopise *The Wasp* z roku 1877 je Číňan na evoluční stupnici připodobňován k opici a praseti, druhá karikatura ze stejného magazínu z roku 1881 podněcuje strach z imigrantů, když zde vyobrazuje Číňana se „silně

---

<sup>96</sup> STRÖMBERG, Fredrik. New York: 2010. s. 35

mongoloidními až opičími prvky, která přebírá nadvládu nad továrnami a vyhazuje bílé dělníky.“<sup>97</sup> (obrazová příloha č. 6)

Mezi zobrazováním stereotypů bezpečně vedou karikatury židů s velkým nosem. Židé se stávali terčem antisemitismu odnepaměti a karikatura byla vždy u toho. „Jedny z prvních karikatur vůbec, ať už v Anglii nebo v Německu, zobrazovaly Židy.“<sup>98</sup> Ačkoli tyto zesměšňující a ponižující kresby po hrůzách holocaustu zmizely ze západních médií, můžeme je stále nalézt v arabském tisku. Typickým příkladem je karikatura z Katarských novin Al-Watan z roku 2008, kde je zobrazen Žid s typickými stereotypy známými už od středověku. Patří sem křivý nos, Davidova hvězda, dlouhé vousy společně s černým oblečením ortodoxního přívržence sionismu. (obrazová příloha č. 7)

Na druhou stranu nejvíce karikovanou osobou, které dal do nosu i kačer Donald, byl Adolf Hitler (obrazová příloha č. 8). Plakát s karikaturou Hitlera ukazuje, jak druhá světová válka do propagandistického boje zapojila všechny druhy tehdejšího zábavního a mediálního průmyslu. Propaganda, ať už cílená nebo bezděčná, neodmyslitelně patří ke karikatuře a kreslenému humoru. Do jaké míry jde ještě o snesitelný vtíp, a kdy už satira přesáhne únosnou hranici, se podíváme v poslední kapitole věnující se kontroverzním tématům.

---

<sup>97</sup> STRÖMBERG, Fredrik. New York: 2010. s. 18

<sup>98</sup> STRÖMBERG, Fredrik. New York: 2010. s. 26

## **5. Kontroverzní témata**

### **5.1 Karikatury, jež vyvolaly hněv**

V kapitole věnované propagandě jsem představil témata, která rozdmýchávají vášně čtenářů a dotčených stran. V nedávné minulosti se objevily karikatury, jež vyvolaly odpor, který vedl až k zastrašování a fyzickému napadání autora. Karikaturista si může dovolit balancovat na hranici únosnosti satiry mnohem víc než novinář, protože tvoří pomocí obrazů, představ a přirovnání. Podobně jako George Orwell vykreslil tragiku „dokonale rovnostářského“ komunistického režimu ve Farmě zvířat. Kdy už satira přejde v nevkus, výsměch a hrubou urážku, je na posouzení čtenářů. Některá témata jsou ale natolik závažná, že přešla až v soudní líčení a tresty. Jindy pro někoho neškodný a trefný vtip vyvolal násilí. Podíváme se na nejkřiklavější případy.

Svět se změnil po jedenáctém září 2001 a po otisknutí karikatur zesměšňujících proroka Mohammeda. Přes všechno špatné, co následovalo po jejich otištění, není právě ostrá satira a zesměšnění tím nejlepším nástrojem, jak karikaturu použít? V této kapitole představím nejzásadnější kontroverzní karikatury, jež se objevily v nedávné minulosti. Nejde začít než nejzávažnějším z nich. Dánskými karikaturami proroka Mohameda.

Karikatura nežije svůj život pouze na stránkách novin. Události, kterých jsme byli svědky poté, co Dánské noviny Jyllands-Posten 30. září 2005 otiskly 12 karikatur proroka Mohameda, navždy změnila postavení karikatury. Tehdy jeho zobrazení zaujalo pouze lokální média. Jakoby se v té době jednalo o neškodné obrázky. Ani muslimská komunita žijící v Dánsku proti karikaturám zatím neprotestovala. Postupně si jej ale všimla veliká vydavatelství a karikatury byly otištěny i v arabském tisku. Události, které potom následovaly, daleko přesáhly jakékoli dřívější reakce na nakreslenou karikaturu. Během půl roku byly přetištěny ve více než padesáti zemích světa a tento lavinový efekt vyvolal vlnu násilí, jež zapříčinila smrt více než stovky lidí. Nejvíce jich bylo usmrceno při boji s policií v Nigérii, Libyi a Afghánistánu. Výtržníci, kteří protestovali proti zobrazení Mohameda, vypálili dánské ambasády v Sýrii, Libanonu a Íránu. Na tomto příkladu je zarážející proces, jakým byly karikatury zneužity. Kdyby se o obrázcích nedověděl ímán, který byl na návštěvě u přátel v Dánsku, vše by nejspíš upadlo v zapomnění a dánská ambasáda v Sýrii nemusela být napadena a vypálena. Karikatura je od toho, aby provokovala, ale jde přece jen o barvu na papíru, tak proč kvůli tomu páchat násilí?

Někteří výtržníci, kteří dánskou ambasádu napadli, ani neznali důvod akce. O karikaturách Mohameda neměli ani ponětí. „Prostě nám řekli, že máme přijet. Přijel bych na takovou akci kamkoli,“ řekl jeden z účastníků později přímo na kameru novinářů z Evropy, který jeho výpověď natočil pro dokumentární film Proklaté karikatury. Hněv protestujících se obrátil i proti evropským zemím, které se postavily na dánskou stranu. Média zaplavily fotografie s hořícími vlajkami Nizozemí, Norska, Francie a Německa.

A události šly ještě dál. 12. února 2008 zatkla dánská policie tři muže, kteří plánovali atentát na autora jedné z dvanácti karikatur Kurta Westergaarda. Ten zobrazil Mohameda s bombou místo turbanu. Od té doby jej hlídá ochranka. Hned další den jeho karikaturu znovu otiskl deník Jyllands-Posten na protest proti úpadku svobody slova. A rozbouření pokračovalo i v říjnu 2008, kdy Taliban označil dánské vojenské jednotky v Afghánistánu za svůj hlavní cíl. Debata o svobodě slova zveřejněním karikatur tak dostala výraznou trhlinu. Flemming Rose - editor, který jejich otištěním v Jyllands-Posten vyvolal chod bezprecedentních událostí, si přesto pevně stojí za svým činem. „Pokud se věřící dožaduje, abych jako nevěřící dodržel jeho tabu ve veřejném prostoru, nežádá můj respekt, ale mé podřízení. A to se neslučuje se sekulární demokracií,“ napsal v roce 2006 Rose. A to se netýká pouze zesměšnění islámu, Evropa podle Jiřího T. Krále už nepokládá za zarážející karikování křesťanských tradic. Ale radikální muslimové podle něj nejsou schopni nadhledu. „Křesťané už ve většině evropských zemí nemají sílu protestovat, síla muslimů je ovšem jiná. Ostatně sami zastánci „svobody

vyjadřování“ to přiznávají,<sup>99</sup> vysvětluje Král. Média ale často sama vytvářejí témata, protože chtějí vzbudit pozornost a prodat tak více výtisků. Co se týče karikatur Mohameda zde hraje roli zásadní otázka: Co je a co není za hranicí svobody slova? „Nejvíce na takovém počínání zaujme pohrávání si s pojmem svoboda vyjadřování. Nyní i před dvěma lety (v roce 2005, kdy karikatury vyvolaly bouřlivou odezvu) v navlas stejné kauze se totiž novináři zaštiťovali výroky o tom, že brání právě tento typ svobody. V kauze karikatur ovšem nejde o svobodu vyjadřování, ale o ovládnutí takzvaného veřejného prostoru,<sup>100</sup> dodává Král. Podle něj je jedinou absolutní pravdou právě tolerance, nikoli náboženské pravdy.

To dokazuje, jak obrovskou moc mají média, protože jejich prostřednictvím se vytváří názor společnosti. Ať už bylo otištění karikatur Mohameda etickým činem, který se hrdě bije za svobodu slova, nebo si to měl dánský vydavatel raději rozmyslet, stojí tu proti sobě dánská tradice tvrdé satiry a karikatur proti muslimské uzavřenosti. „Humor je nebezpečný pro každý režim či nauku, které si osobují roli Olympanů, a tak humor nikdy není nebezpečný pro duchovní život či víru, jež naopak umocňuje. Nedostatek humoru je tak vždy něčím neduchovním až svatokrádežným, jak ukazuje i Kirkegaard, který byl jedním z nejvýznamnějších duchovních myslitelů sedmáctého století, nehledě na to, že byl také terčem mnoha karikatur svých dánských současníků,<sup>101</sup> vysvětluje dánskou tradici Martin Beck Matušík, profesor Purdue University v USA. Soubor dvanácti karikatur byl totiž primárně určen pro dánskou veřejnost, která se s tímto stylem satiry setkává už od 17. století. „Dánské karikatury přece nevypovídají o Alláhovi, který je vskutku velký a do kresby se Jeho svatost nevejde, ale o lidském snažení, které se se svatostí zaměňuje,<sup>102</sup> kritizuje profesor americké univerzity přehnanou reakci radikálních muslimů po zobrazení proroka Mohameda. Nejlepší obranou je podle něj nekonfliktní narážka, která místo útoku zesměšní kritizované dílo. J. J. McColloough podobnou myšlenku vyjádřil v kresbě arabského a dánského kreslíře, jeden z nich vytvořil až ďábelskou podobu žida, zatímco druhý mírumilovnou podobu Mohameda, arabský kreslíř se ale diví a říká: „Dokážeš si představit, jak útočná je tvoje kresba?“ (obrazová příloha č. 9)

Zákaz humoru, který kritizuje vládnoucí třídu, platí právě v zemích, kde nedokáží čelit satíře, a má mnoho společného s diktátorským režimem. Tato úskalí si prožily i generace žijící v době vlády jedné strany v Československu. Přesto je tradice české satiry nebojácná a vrhá se do všeho, co nepošpiní duch národa (jak bylo podrobně rozebráno v kapitole 4.1.1.).

<sup>99</sup> KRÁL, Jiří T. Tolerance jako náboženská pravda: A2 Kulturní týdeník, č. 37, 2007, s. 18

<sup>100</sup> KRÁL, Jiří T. Tolerance jako náboženská pravda: A2 Kulturní týdeník, č. 37, 2007, s. 18

<sup>101</sup> BECK MATUŠÍK, Martin. Žert a Svatokrádež: Literární noviny, č. 8, 2006, s. 1

<sup>102</sup> BECK MATUŠÍK, Martin. Žert a Svatokrádež: Literární noviny, č. 8, 2006, s. 1

Úkolem karikatury je bojovat proti lidské hlouposti a zametání nehodících se informací pod koberec. „Je-li zákaz humoru hříchem proti Duchu svatému, lidé, kterým jde o to ctít Boha, se musí sami sebe ptát, komu zákaz prospívá. Když jeden představitel státu popře skutečnost holocaustu Židů, a jiný zase popře, že v jeho zemi byl sběrný tábor, jenž se podílel na holocaustu Romů, pak nesmát se politickému oportunistu je přece svatokrádežné. Nesmát se poté, co nacisté sbírali do koncentráků homosexuály a tam je v přípravě na smrt označovali růžovým trojúhelníkem, morálnímu a náboženskému strachu, tvrdícímu, že láska mezi lidmi stejného pohlaví rozvrátí rodinu, dá-li stát právní ochranu homosexuálním svazkům, to je po Osvětimi svatokrádežné.“<sup>103</sup> Narážka odkazuje na názory íránského vůdce Mahmúda Ahmadínežáda, jehož země se tvrdě postavila proti karikaturám Proroka.

Zatím poslední nevoli vzbudil komediální seriál South Park, ve kterém se v roce 2010 objevil Mohamed oblečený v kostýmu medvěda. A hned se stal terčem výhrůžek a pomsty na tvůrcích seriálu. Také proto jsem se rozhodl nepřipojit žádnou z dvanácti dánských karikatur ke své bakalářské práci. V rámci autocenzury se tak chráním před případnými nepříjemnostmi, které by mohly jejich otištění následovat. Ostatně všechny jsou dostupné na internetu, takže to nepokládám za důležité. Stejně jsme je už skoro všichni viděli.

#### 5.1.1.

##### Arabské karikatury

Začátkem roku 2001, tedy pět let před kontroverzním Mohamedem v dánských novinách, vyšla v palestinském tisku karikatura tehdejšího izraelského premiéra Ariela Šarona, který na ní pojídal palestinské dítě.

V prosinci 2001 vyšla v Íránských novinách Kayhan karikatura, jež zobrazila izraelskou armádu na popředí scény z holocaustu zabíjí Araby. Tehdy současný i bývalí izraelští premiéři zde byli vyobrazeni jako nacisté. Na kresbě nechybí chobotnice, pavouci, štíři, hadi a zloději. Všechny tyto postavy nesou stereotypní židovské znaky.

V červnu 2002 vyšel v Bahrajnském al Khalil obrázek, kde Izraelský žid probodává dítě kopím. O měsíc později se v Katarských novinách al Watan objevila karikatura Ariela Šarona, který zde z poháru pil krev palestinského dítěte.

#### 5.1.2.

##### Evropské příklady

---

<sup>103</sup>BECK MATUŠÍK, Martin. Žert a Svatokrádež: Literární noviny, č. 8, 2006, s. 1



V květnu 2002 otiskl francouzský Le Monde karikaturu, jež přirovnává zničení varšavského ghetta za druhé světové války k ničení Jeninského uprchlického tábora v Palestině, který v dubnu 2002 srovnali se zemí Izraelci v boji proti Fatahu a Hammásu. Podtitulek nesl název „Historie se opakuje.“

V lednu 2003, den před izraelskými volbami, otiskl britský deník The Independent karikaturu premiéra Šarona sedícího před zbombardovanými domy a pojídajícího malé dítě. V té chvíli kolem jezdí tanky a létají helikoptéry, jež rozkřikují heslo „Volte Šarona!“, zatímco Šaron říká: „No, co? Neviděli jste nikdy politika líbat dítě?“ Karikatura vznikla na motivy Goyova obrazu, na kterém Saturn požívá svého syna. Navzdory stížnostem izraelské ambasády bylo dílo vybráno za britskou politickou karikaturu roku. Komise na stížnost odpověděla: „Není nic antisemitského na Goyově obraze, nebo na mýtu o Saturnovi, jenž byl v minulosti několikrát použit k satíře politiků, kteří obětovali „své vlastní děti“ z politických důvodů.“

V červnu 2007 se na titulní stránce španělského týdeníky El Jueves objevil korunní princ Filip. Je zde zachycen při souloži se svou ženou Letizií. Karikatura kritizuje plán vlády, která chce přispět rodičům za každého novorozence 2500 eur. Filip své ženě říká: „Uvědomuješ si, že jestliže otěhotníš, bude tato práce ta nejlepší věc, jakou jsem za svůj život udělal?“ Autoři tohoto vtipu byli podle zdejších zkorumpovaných zákonů potrestáni pokutou 3000 eur, a to každý z nich. Soudce konstatoval, že urazili královskou rodinu a tím celé Španělsko. Policie časopis zkonfiskovala hned na stáncích.

Belgický deník Gazet van Antwerpen otiskl karikaturu zobrazující polskou heraldickou orlici spadlou z nebe a zabořenou do země, to vše na pozadí polské vlajky a s nápisem „Orel přistál“ (je to rčení, které pronesli američtí astronauté po prvním přistání na měsíci). Karikatura odkazuje na tragickou havárii polského vládního letadla na jaře 2010, při kterém kromě téměř stovky lidí na palubě zahynul polský prezident Lech Kaczyński. Šéfredaktor se později po protestech polských médií i europoslanců za karikaturu omluvil.

### 5.1.3. Evropa si má co vyčítat

Pokládám za důležité zmínit, že evropská křesťanská tradice také páchala podobné zločiny proti svobodě slova. Než budeme odsuzovat chování radikálních muslimů, měli bychom se poučit z minulosti. „Neohánějme se my, v Evropě, moc razantně svobodou slova. Ano, kritizujme vynášení ortelů smrti nad hanobiteli proroka. Nepřipomínají však tyto postupy něco z evropských vztahů mezi křesťanstvím a státem? Jsou naše dějiny od éry inkvizice po toleranční patent dějinami k vychloubání? Že si dnes Evropané dokáží „utahovat“ sami ze

sebe? Ale co naše vlastní dějiny netolerance a fanatismu?<sup>104</sup> Roku 1600 skončil svůj život na hranici Giordano Bruno. V českých dějinách se dodnes učíme o nespravedlivém upálení Mistra Jana Husa roku 1415. Čarodějnické procesy probíhaly ve Velkých Losinách na Šumpersku. Inkvizice oficiálně skončila až v polovině dvacátého století. Byla však pouze přejmenována na Kongregaci pro nauku víry. Dodnes platí zapovídání zakázaných knih. „V zájmu svobody slova? Existuje oficiální exorcismus, vyhánění „d'ábla“, uznávaný evropskou církví. Nepřipomíná to „kamenování d'ábla“ v islámské Mekce? Ne? Provokovat muslimský svět karikaturami proroka Mohameda byl asi neuvážený nesmysl, který se bude Evropě vracet ve formě islámského komiksu na téma holocaust.“<sup>105</sup> Jednání odlišné kultury je totiž třeba chápat alespoň s jejími elementárními znalostmi. Proto je zavádějící vynášení jednostranných ortelů. „Současné rozhořčení islamistů vnímá část Evropy jako nepochopení práva na svobodu slova a jejich pobouření označuje za excesy fundamentalistů. Jestliže však svoboda znamená možnost činit vše, co neškodí druhému, jiní právem míní, že karikatura netaktně urážející náboženské citění není svobodou slova, ale svobodou neslušnosti. Jestliže se dnes stýkají kultury s rozličnými dějinami, měli bychom být připraveni na různé chápání duchovního a světského, role médií, i rozdílného vývoje sekularizace, tedy zesvětšování. Když v tzv. medinském období Koránu Mohamed rezignoval na získání židů pro islám a upřesnil odmítavý vztah k některým dogmatům křesťanství, z Koránu se místo zjevení stal zákoník, propojující světské s duchovním. Proto země, které se řídí islámem, jsou pro Evropana, bez vcítění do jejich tradice a historie, těžko čitelné.“<sup>106</sup>

#### 5.1.4.

##### Další případy světových kontroverzí

Ve Spojených státech patří k nejčastějším kontroverzím rasové problémy, ale pozadu nezůstávají ani náboženské otázky. V Los Angeles Times vyšla v roce 2000 karikatura, na které se u zdi vedle sebe modlí žid a muslim. Kameny ve zdi jsou poskládány tak, že tvoří slovo HATE – nenávisť. Pod obrázkem je titulek „Uctívání jejich boha.“ Tato karikatura rozhněvala obě znepřátelené strany, ale čtenáři ocenili její trefnost.

V roce 2006 nakreslil student university v Oregonu do školních novin ukřižovaného Ježíše se ztopořeným údem. Karikatura měla podpořit dialog o tabuizovaných tématech mezi křesťanstvím a islámem. Vedení školy se za svého studenta postavilo, hájilo se svobodou

<sup>104</sup> ODEHNAL, Ivo. Svoboda slova, nebo svoboda neslušnosti?: Literární noviny, č. 8, 2006

<sup>105</sup> ODEHNAL, Ivo. Svoboda slova, nebo svoboda neslušnosti?: Literární noviny, č. 8, 2006

<sup>106</sup> ODEHNAL, Ivo. Svoboda slova, nebo svoboda neslušnosti?: Literární noviny, č. 8, 2006

slova, i přes protesty katolické ligy, která tuto karikaturu označila jako za vůbec nejurážlivější v historii.

V květnu 2006 vyšel ve studentských novinách kanadské univerzity v Saskatchewanu obraz Ježíše kopulujícího s prasetem, které představovalo kapitalismus. Karikatura nazvaná - Kapitalistické prasátko – stála omluvu tehdejšího šéfredaktora, který následně odešel z funkce. Autoři vtipu poté v rozhovoru řekli, že je smutné, když se neumíme povznést nad humor. Sám Ježíš by se podle nich určitě tomuto vtipu zasmál.

## 5.2 Příklady z Česka a Slovenska

V Českém prostředí jsme zvyklí na občasné narážky karikaturistů, kteří zesměšňují politiky. Mezi nejčastěji karikované patří Václav Klaus. Nejvíce emocí rozdmýchala na jaře 2009 karikatura Jiřího Paroubka a jeho ženy, zobrazené při početí nového potomka. Nakreslil ji Štěpán Mareš v časopise Reflex. Petra Paroubková se dokonce obrátila na soud, ten ale její žalobě nevyhověl.

Považuji za důležité zmínit zde dílo, které vzbudilo celosvětový ohlas, ačkoli se nejedná o kreslenou karikaturu. U příležitosti českého předsednictví počátkem roku 2009 vytvořil sochař David Černý plastiku s názvem Entropa. Ta měla vtipně poukázat na stereotypy členských zemí EU. Dílo ale vzbudilo velkou vlnu nevole dotčených zemí. Omluvu a stažení žádalo Bulharsko, protože bylo vyobrazeno jako turecký záchod. Bulharskému prezidentovi poslal omluvu český prezident Václav Klaus, a prohlásil, že se s dílem Černého neztotožňuje. Bulharské noviny Trud na oplátku otiskly karikaturu, v níž voják Švejk kálí na Česko v podobě mapy. Protestovalo i Slovensko prostřednictvím ministra zahraničí Jána Kubiše. Slovensko bylo na plastice zobrazeno jako uherský salám zabalený do maďarské trikolóry. Navzdory protestům se dílo dostalo až neobvyklé publicity a objevila se i kladná hodnocení. Entropa měla bojovat proti předsudkům a cenzuře, což se jí nakonec nadmíru povedlo. Paradoxně se sama stala obětí cenzury. Kritik agentury Bloomberg Martin Gayford dílo označil za: „zábavnější než většina současného umění.“

U našich východních sousedů vznikla zajímavá karikatura Ježíše Krista, jež pobouřila slovenskou katolickou základnu. Naštěstí nevyvolala takové následky jako obrázky Proroka. Jde o pro někoho kontroverzní, pro někoho naopak nadmíru vtipný frk slovenského karikaturisty Shootyho. Ten na Velikonoce v roce 2007 nakreslil do pravidelné rubriky deníku SME vtip s Ježíšem Kristem (obrazová příloha č. 10). Na tento svátek, který má připomínat

povstání z mrtvých, by to nebylo nic zvláštního, až na to, že u Ježíše stáli římsí vojáci a drželi v ruce pomlázky. Očividně se mu chystali nařezat, jak se patří. Římsí vojáci zde mají vyjevený výraz a nechápou, co se děje. „Co jsou to za podivné zvyky?“ ptají se.

Na internetových stránkách autora najdeme výhrušné ohlasy na onu karikaturu Ježíše (ale vlastně i Římanů, také Velikonoc obecně, pak kdo je vlastně větší barbar?). Karikatura sama o sobě tak bezesporu splnila účel, protože vyvolala diskuzi a kritiku. Na Slovensku, které si zakládá na silné křesťanské tradici se takové obrázky kreslit nesmí? Kdo tuto karikaturu nepochopí, může na ni nadávat. Kdo se na ni podívá s nadhledem, zasměje se. Hlavní kouzlo kresleného humoru, jak již bylo v této práci zmíněno několikrát, nikdy nemůže sedět každému.

Autorovi později napsal zhrzený čtenář deníku kritiku toho, jak si může dovolit dělat srandu z Ježíše Krista a naplácat mu na zadek. Mravně tím prý pobuřuje mládež. Co by teprve takový čtenář říkal, kdyby spatřil sochu, jež zdobí průčelí chrámu Sagrada Familia v Barceloně, kterou vytvořil Gaudího nástupce Subirachs? Ježíše jenž zde stojí s obnaženým přirozením by nejspíš nerozdýchal.

## **6. Závěr**

Cílem práce bylo vymezení termínů, syntéza a výběr nejhodnotnější definice, která by odpovídala současné podobě karikatury. Podařilo se mi vybrat tu nejvhodnější, zároveň jsem ale neopomenul spojení výtvarná publicistika. Více než čtyřicet let starý termín Ivana Hanouska má i v dnešní době svou platnost a velký význam. Sice lépe vystihuje skutečnou podobu kresleného humoru a jeho spojení s uměním než obecný termín karikatura, ale zároveň může působit mnohoznačně. Úkolem bakalářské práce bylo jeho přesnější žurnalistické začlenění.

Pro studenta mediálních věd je velmi cenné zjištění, kolik má výtvarná publicistika společného s novinářinou a jejími zákonitostmi. Mediální komunikát prostřednictvím karikatur totiž vypovídá o světě víc než kdovíjaký několikrát po sobě převzatý text. Své poselství totiž skrývá za metaforu, nutí čtenáře přemýšlet. Na druhou stranu si může dovolit být krutější a kousavější než psaná publicistika.

Svět spojující obraz a text, jak jsme si mohli všimnout, skýtá nekonečné možnosti a výzvy. Pracuje se zdravým rozumem, trénuje úsudek, učí toleranci, nebo naopak nutí k zamyšlení. Proto by neměl být brán na lehkou váhu. Pro někoho to sice mohou být jen čmáranice, nebo obrázky pro malé děti, ale pokud se někdo takový najde, potom je špatné, že v sobě nedokáže

najít kousek dítěte, aby se na svět podíval jinýma, zdravýma očima. Mnohým se to nepodařilo a karikaturu pranýřují, což dokládají kontroverzní témata. Alespoň demokratická společnost by měla být schopna sebekritiky. Jelikož žijeme v globálním světě, každá taková, ať už domnělá nebo oprávněná křivda, se týká všech. Cílem práce bylo poukázat, jakou sílu má kreslené slovo, jemuž říkáme karikatura. Čím víc je karikatura kontroverzní, tím víc lidí se o ní dozví.

Na příkladech kontroverzních témat jsem poukázal na současnou situaci ve světě karikatury a zvýraznil proměnu jejího vnímání po zveřejnění Mohameda. Spolu s kontroverzními tématy jsem na příkladech propagandy ukázal největší slabiny karikatury a výtvarné publicistiky.

## **7. Anotace**

### **Anotace**

Jméno a příjmení: David Superata

Název katedry a fakulty: katedra Žurnalistiky filozofické fakulty

Název diplomové práce: Karikatura a kreslený humor

Vedoucí diplomové práce: Mgr. Martin Foret

Počet znaků: 71 547 ( 75 401 včetně poznámek pod čarou)

Počet příloh: 10

Počet titulů použité literatury: 22

Klíčová slova: karikatura, kreslený humor, výtvarná publicistika, propaganda

**Bakalářská práce definuje termín karikatura v širším kontextu kresleného humoru. Následně představuje termín výtvarná publicistika a staví ho do kontextu s na první pohled synonymními termíny. V prostřední části rozebírá zneužití kresleného humoru a karikatury pro účely propagandy. Na závěr představuje nejvýraznější kontroverzní témata nedávné doby, nezapomene ani na příklady z českého prostředí.**

## **Resume**

Author: David Superata

Institution: Department of Journalism, Philosophical Faculty, Palacký University

Name of Thesis: Caricature and cartoon

Head of Thesis: Mgr. Martin Foret

Numer of Characters: 71 547 ( 75 401 including the notes underline)

Numer of Supplements: 10

Numer of Book Tiltles Used: 22

Key words: caricature, cartoon, graphic publicism, propaganda

The bachelor thesis define the term of caricature in wider context of cartoons. It is also introducing the term of graphic publicism and face to the oposition with the apparent

synonyms. In the middle thesis is explaining abusing of cartoons and caricature for propaganda. At the end introduce the most distinct controversial themes recent times with emphasis of Czech realia.

## 8. Seznam pramenů a použité literatury

### Tištěné zdroje

BATCHELOR, Tim, LEWISOHN, Cedar, MYRONE, Martin. *RUDE BRITANNIA: British Comic Art*. London: Tate Britain, 2010. 160 s. ISBN 978-85437-886-6

BECKER, Stephen. *Comic Art in America*. New York: 1959. 387 s.

BLECHA, Josef. *Karikatury: slavné tváře v čarách*. Liberec: Knihy 555, 2007. 236 s. ISBN 978-80-86660-13-4

DRASTIL, Lubomír a kol. *To nejlepší z českého kresleného humoru 1990 – 2000*. Vimperk: Formát, 2000. 170 s. ISBN 80-86155-58-7

HOFFMEISTER, Adolf. *Poezie a Karikatura: slova z let třicátých a z nedávné minulosti*. Praha: Československý spisovatel, 1961. 130 s.

HOFFMEISTER, Adolf. *Sto let české karikatury*. Praha: SNKLHU, 1955. 555 s. ISBN 30109-05

HANOUSEK, Ivan. *Výtvarná publicistika v českých novinách a časopisech v letech 1958 – 1968*. Praha: Fakulta sociálních věd a publicistiky University Karlovy, 1969. s. 14

FÖLDVÁRI, Kornel. *O karikatúre*. Levice: LCA Publishers Group, 2006. 190 s. ISBN 80-89129-76-5

CHROBÁK, Ondřej, WINTER, Tomáš. *V okovech smíchu*. Praha: Gallery, 2006. 130 s. ISBN 80-86010-98-8

JIRÁNEK, Vladimír. *Slovo k analfabetům*, In: Mladý svět č. 16, Praha 1962.

JIRÁSEK, Jiří. *Na obranu kreseb*, In: Kultura č. 16, Praha 1961

KEMEL, M. *Karikatúry do Evropy*. Praha: BEN, 1997. ISBN 80-86056-21-X

MANKOFF, Robert. *The Complete Cartoons of The New Yorker*. New York: Black Dog & Leventhal Publishers, 2004. 656 s. ISBN 1-57912-322-8

MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím: Extenze člověka*. Praha: Odeon, 1991. 348 s. ISBN 80-207-0296-2.

McCLOUD, Scott. *Jak rozumět komiksu*. Brno: BB/art, 2008. 216 s. ISBN 978-80-7381-419-9

MOCNÁ, Dagmar, PETERKA Josef. *Encyklopedie literárních žánrů*. Praha: Paseka, 2004. 699 s. ISBN 80-7185-699-X

PETEROVÁ, Martina. *Němci v české karikatuře*. Přerov: Šárka, 2001. 155 s. ISBN 80-901755-9-7

PELC, Antonín. *Z domova a ciziny*. Praha: Orbis, 1950.



PETRÁČOVÁ, Věra a kolektiv autorů. *Akademický slovník cizích slov*. Praha: Academia, 2001. 836 s. ISBN 80-200-0982-5

PYTLÍK, Radko. *Český kreslený humor 20. Století*. Praha: Odeon, 1988. 160 s. ISBN 01-504-88

PYTLÍK, Radko. *Malá encyklopedie českého humoru*. Praha: Československý spisovatel, 1982. 273 s.

STRÖMBERG, Fredrik. *Comic Art Propaganda*. New York: Ilex Press Limited, 2010. 176 s. ISBN 978-0-312-59679-8

## **Periodika**

A2 Kulturní týdeník, č. 37, 12. 9. 2007.

Literární noviny, č. 8, 2006

Dokumentární film z cyklu Proč potřebujeme demokracii?

Proklaté karikatury

Webové odkazy:

<http://www.whydemocracy.net/>

<http://www.shooty.sk>