

**UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO
PRAHA**

magisterské kombinované studium
2010 – 2012

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Tereza Semrádová

Využití zástupců živočišné říše v reklamě
a marketingu

Praha 2012

**Vedoucí diplomové práce:
PhDr. Soňa Štroblová**

JAN AMOS KOMENSKÝ UNIVERSITY
PRAGUE

Master Combined (Part time) Studies
2010 - 2012

DIPLOMA THESIS

Tereza Semrádová

Using representatives of the animal kingdom in
advertising and marketing

Prague 2012

The Diploma Thesis Work Supervisor:
PhDr. Soňa Štroblová

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne 6.3.2012

.....

Tereza Semrádová

Poděkování

Chtěla bych poděkovat své vedoucí diplomové práce PhDr. Soně Štroblové za vedení diplomové práce a čas strávený při konzultacích. Dále bych chtěla poděkovat Mgr. Jiřímu Náplavovi za cenné rady a tipy k diplomové práci. Rovněž patří můj dík Janě Semrádové a Zdeňku Semrádovi za podporu při psaní této práce.

Anotace

Obsahem mé diplomové práce, v obecné rovině, je problematika užití zvířecí symboliky v reklamě a marketingu. Rozdílnost chápání znaků jednoho konkrétního zástupce živočišné říše se zakládá na geografických a kulturních odlišnostech, jež jsou v postmoderní době stírány globalizačními procesy. Schopnost interpretace zvířecích symbolů je pevně zakořeněna v každém z nás a dokážeme s jejich pomocí snadno identifikovat nabízený produkt.

Pro účely studování tohoto faktu jsem svou práci tematicky rozdělila na dva hlavní celky. V teoretické části jsem zmapovala historický vývoj zvířecí symboliky s ohledem na její geografické, kulturní a náboženské odlišnosti. Vysvětleny jsou zde rovněž význačné pojmy, které se symbolikou bezprostředně souvisí. V části praktické jsem se věnovala konkrétním zvířecím zástupcům a jejich užití ve vybraných firemních značkách světových obchodních společností.

Klíčové pojmy

Symbol, logo, mýty, zvířecí symbolika, živočišný druh, historický vývoj, náboženství, víra, firemní značka, firemní identita, image firmy, marketing, produkt.

Annotation

The content of my thesis, in general, is the issue of the use of animal symbolism in advertising and marketing. The difference of specific understanding each representative character in the animal kingdom is based on the geographical and cultural differences that are in the postmodern era wiper globalization processes. The interpretation of animal symbols is firmly rooted in all of us and with their help we are able to easily identify the product being offered.

For the purpose of studying this aim of my work I have thematically divided this study into two main parts. In the theoretical part, I have mapped out the historical development of animal symbolism with the respect to its geographical, cultural and religious differences. There are also explained the significant concepts which are immediately connected with the symbolism. In the practical part I attended to a particular animal representatives and their use in the selected corporate marks in the global companies.

Key words

Symbol, logo, myths, animal symbolism, animal species, historical development, religion, faith, corporate brand, corporate identity, corporate image, marketing, product.

OBSAH

ÚVOD	8
------------	---

TEORETICKÁ ČÁST

1. Vývoj zvířecí symboliky v historii lidské kultury.....	11
1.1. <i>Pravěk</i>	11
1.2. <i>Mezopotámie</i>	13
1.3. <i>Egypt</i>	15
1.4. <i>Antika</i>	18
1.5. <i>Keltské symboly</i>	21
1.6. <i>Čínská kultura</i>	23
1.7. <i>Indie</i>	27
1.8. <i>Amerika</i>	28
1.9. <i>Afrika</i>	33
1.10. <i>Austrálie</i>	38
1.11. <i>Slované</i>	39
1.12. <i>Křesťanství</i>	40
2. Základní pojmy.....	43
2.1. <i>Symbol</i>	43
2.2. <i>Značka</i>	44
2.3. <i>Logo</i>	45
2.4. <i>Sémiotika</i>	46

PRAKTICKÁ ČÁST

3. Vybraná zvířata jako loga světových značek.....	49
3.1. <i>Lev</i>	49
<i>MGM</i>	50
<i>Peugeot</i>	53
<i>Holden</i>	55
<i>ING</i>	55
3.2. <i>Jaguár</i>	56
<i>Jaguár</i>	57
<i>Puma</i>	59
3.3. <i>Labuť</i>	60

Swarovski.....	61
3.4. Holubice.....	63
Dove.....	64
3.5. Jeřáb	65
Lufthansa	66
3.6. Orel	68
Mattoni	70
Air Nigeria.....	71
3.7. Byk.....	72
Lamborghini	74
3.8. Kůň.....	75
Ferrari.....	78
3.9. Zajíc	79
Playboy.....	81
Vaillant.....	82
ZÁVĚR.....	84
SEZNAM POUŽITÉ ČESKÉ LITERATURY A PRAMENŮ	87
SEZNAM POUŽITÉ ZAHRANIČNÍ LITERATURY A PRAMENŮ.....	91
SEZNAM OBRÁZKŮ.....	92
SEZNAM PŘÍLOH	93
PŘÍLOHY	I

ÚVOD

Zvířata provázejí člověka od prvopočátků jeho existence a významně korelují s jednotlivými etapami, jimiž postupně prochází vývoj lidské společnosti. Zvířecího druh tak nehrál v životě člověka vždy stejnou roli a do značné míry reflektoval životní prostředí utvářené právě člověkem. Svou úlohu plnil jako zdroj potravy, pomocník či společník a ochránce.

Již v období pravěku je však patrná snaha dát zvířeti i jiný než ryze praktický význam. Tato, v konečném důsledku, přidaná hodnota spočívá v abstraktním pojetí zvířecího druhu a přesunutí jeho vnímání do mimosmyslové reality. Zvířata se tak stávala symbolem, ať již ve formě kreseb, sošek či totemů, majícím za úkol ovlivnit budoucí děje nebo naopak podávat svědectví o dějích již uplynulých. Pozdější etapy lidské historie přidávají zástupcům živočišné říše další smysl, tentokrát však již specificky kulturně odlišný, mnohdy až protikladného významu.

Dnes již víme, že symbol a obraz patří k podstatě duchovního a tedy lidského života. Symbolistické myšlení není výsadou uměleckých a výtvarných směrů, ale ve své jednoduchosti odhaluje nejhlubší aspekty skutečnosti, které se jinak vymykají jakémukoli jinému způsobu poznávání reality. Symboly a obrazy tak nejsou jen vedlejšími výtvary lidské psychiky, ale téměř vždy korelují s konkrétní potřebou a plní nějakou funkci – pomáhají člověku obhajovat podstatu existence. Vždyť vše co nás přesahuje, tedy existuje mimo naše smyslové vnímání, dostává naše vědomí do duchovní oblasti plné tužeb, očekávání a přání.

Pokud se vrátíme do období lidské historie, kdy neexistovali složitější společenské struktury, a technický pokrok znamenalo pouhé rozdělení ohně či opracování kamene pro usnadnění běžných činností, spočívalo těžiště tvorby symbolů v něčem, co zásadním způsobem umožňovalo přežití lidského druhu a vyvstávalo jako základní obraz ztělesnění síly, rychlosti a v mnohých případech i života a smrti. Tímto ústředním obrazem a symbolem bylo právě zvíře.

Důvodem používání zvířat jako symbolů není však jen vizuální podoba, která charakterizuje jednotlivé zástupce živočišné říše. Lidé od nepaměti přisuzovali zvířatům lidské vlastnosti a používali je pro nastavení zrcadla vlastnímu druhu.

V životě moderní a postmoderní společnosti, ve znamení pokroku, dochází v marketingové oblasti k jakési renesanci původního chápání významu symbolů jednotlivých zástupců živočišné říše, které je však, oproti pravěkému podání, obohaceno o mnoho přidanych vlastností, jejichž determinantem byly jednotlivé kulturní a etnografické odlišnosti. Atributy jako síla, rychlost, obratnost, spolehlivost, ochrana jsou však jedněmi z těch, které přetrvávají po staletí a odráží se v lidské psychice stále stejným či velmi podobným způsobem, protože reflektují základní lidské instinkty a původní vzorce chování.

Pro bližší pochopení těchto vazeb se teoretická část práce nejprve zabývá zmapováním historického vývoje tradičního ztvárnění zvířecích znaků v rámci geografických, kulturních a náboženských odlišností, aby následně podrobnějším způsobem přiblížila další obsaženou problematiku, a sice vybrané pojmy z oblasti symboliky a sémiotiky, a naznačila jejich vývojové tendence.

Obsahem následné, praktické části práce, je selektivním způsobem zprostředkovaný pohled do oblasti marketingového využití jednotlivých zástupců zvířat jako symbolů užitých, ať již v podobě celku nebo jeho části, v návrzích log známých světových značek.

V obecné rovině je cílem této práce zmapovat využití zvířat pro reklamní a marketingové účely, které budou konkretizovány pomocí příkladů implementace zvířecí symboliky do procesu tvorby log vybraných světových značek. Z teoretické části vyplyne potřeba zodpovědět, zda rozdíly ve vnímání jednotlivých zvířecích znaků převažují spíše z hlediska časového, nebo zda dominují geografické a kulturní determinanty. Zvolený způsob zpracování praktické části přinese hledání východiska pro posouzení míry korespondence volby odpovídajícího zástupce živočišné říše a filosofie dané obchodní značky. Lze rovněž formulovat předpoklad, že ne vždy k této souhře dojde. Pak bude

nutné vyvodit odpovídající závěry, zda se v konkrétním případě nejednalo o náhodný prvek či vysloveně přímý záměr tvůrců, neboť i tento zdánlivý rozpor v koncepci může odrážet cílenou marketingovou strategii. Je nutné, a tedy také kladeno za cíl, vytvořit pro posouzení všech těchto popisovaných jevů dostatečnou teoretickou bázi, která bude prostupovat obě hlavní části práce.

Při vytváření diplomové práce budou použity vědecké a výzkumné metody rešerše odborné literatury, analýza stávajících dokumentů a metoda přímého dotazování formou oslovení marketingových oddělení zvolených obchodních společností pro účely získání relevantních informací o historických a marketingových souvislostech vzniku daného loga.

TEORETICKÁ ČÁST

1. VÝVOJ ZVÍŘECÍ SYMBOLIKY V HISTORII LIDSKÉ KULTURY

1.1. Pravěk

Nejstarší nálezy zobrazení zvířat pocházejí z období před čtyřiceti tisíci lety z euroasijské oblasti. Abstraktní motivy vytvořené před dvaceti tisíci lety zachycují malby zvířat, která byla pro tehdejší obyvatele lovnou zvěří – jeskynní medvěd, srstnatý nosorožec, mamut a další. Malby dávných umělců, například obrazy, nalezené ve francouzské jeskyni Chauvet - Pont - d'Arc, vytvořené před patnácti tisíci lety zpodobňují neobyčejně realisticky zachycené scény lovu. Pravěcí lovci na nich s oštěpy pronásledují lvy, nosorožce a slony.¹

Obrázek 1 Chauvetpan



Zdroj: <http://donsmaps.com/>

Ve Španělsku byly objeveny malby sto osmdesáti obrazů zvířat, převážně býků, dále obraz mamuta, anatomicky vyznačené srdce se zásahy po magických lovných obřadech. Ve Francii archeologové objevili až šestimetrové obrazy zvířat. Nalezeny byly sošky zvířat mamutů, medvědů nebo

¹ <http://www.culture.gouv.fr/culture/arcnat/chaufvet/en/>

koní, které byly používány jako amulety při lovu. Jejich smyslem bylo přičarovat si kořist, což je lze považovat za první projev používání symbolů k dosažení nebo ovlivnění nějaké události a cíle snažení. Dalším projevem použití zvířecích znaků k ovlivnění akce a dosažení cíle jsou náčelnické hole s rytinami zvířat a vrhače oštěpů s vyřezávanými zvířecími figurkami. Tvůrci své umění používali nejen jako popis již ukončeného lovu, ale také jako zvýraznění přání výsledku lovu. Tehdejší umění odpovídalo jejich životním potřebám hospodářským i společenským.²

„Podobu zvířete můžeme popisovat pomocí nezúčastněného pozorování, ovšem bližší charakteristika jeho různých vlastností a významů se již bez přímého vstupu zúčastněného badatele či domorodce neobejde. Obecně lze zvířata charakterizovat v několika dílčích bodech. Prvním bodem (pořadí je čistě náhodné, nevyjadřuje tedy žádnou hierarchii vlastností) je zhodnocení úlohy zvířete v mytologii. Hodnotit lze jak přesným kvalitativním popisem, tak relativním údajem porovnávajícím úlohu jednoho zvířete k úloze zvířat jiných.“³ Ne všechna zvířata hrají stejně významnou roli. „Zde jde často o různá zvířata vystupující v anonymitě druhu. Jejich význam může být podřadný, přestože se v mýtech vyskytují hojně. Naopak některá zvířata, často z řad nereálných solitérů, se vyskytují třeba jen v jednom mýtu, ale mají v něm úlohu, která je z pohledu domorodců hodnocena jako velmi významná.“⁴

Velmi často je význam jednotlivých zvířat jako symbolů reprezentován pouze několika zástupci jednoho druhu.

„S většinou mytických zvířat se pojí nějaká symbolika. U zvířat reálných vychází mnohdy z jejich vlastností a funkcí v přírodním systému. Jejich role v mýtech jsou potom důsledkem takto chápané symboliky. V případě zvířat nereálných vychází ikonografická symbolika z jejich rozličných mytologických úloh. Mnohá zvířata mají symboliku víceznačnou či regionálně značně proměnlivou. U jiných je naopak přiřazovaná symbolika transkulturně a někdy až univerzálně stálá.“⁵

² OLIVOVÁ, 2010, s. 11 - -26

³ OLIVOVÁ, Lucie B. *Zvířecí mýty a mytická zvířata*. Vyd. 1. Praha: Academia, 2010, s. 15

⁴ OLIVOVÁ, Lucie B. *Zvířecí mýty a mytická zvířata*, s. 15.

⁵ OLIVOVÁ, Lucie B. *Zvířecí mýty a mytická zvířata*, s. 16.

1.2. Mezopotámie

Stejně hojně jako v pravěku byly symboly užívány i v následující etapě lidské historie, ve starověku. Pojem zvěrokruh je překladem z latinského slova Zodiakus, které znamená zvíře. Lidé pojmenovali jednotlivé shluky hvězd podle své fantazie a jí určené podobnosti.

Dnes na obloze můžeme sledovat souhvězdí Býka, Lva či Štíra. Tato souhvězdí byla vytvořena lidskou představivostí před tisíci lety, v době prvních civilizací Elamu, Sumeru a Akkadu.

Pečetní válečky z Elamu a Sumeru z konce 4. tisíciletí př. n. l. obsahují zobrazení různých zvířat bojujících mezi sebou nebo pobíjených bohy či lidskými hrdiny. Velice časté jsou motivy býka, buvola, lva, štíra nebo kozoroha, které všechny zřejmě měly nábožensky mytologický význam.

Hojně užívané symboly síly a moci na pečetních válečkách byly býk a lev. Právě jejich obrazy spolu se štírem začaly pravděpodobně symbolizovat souhvězdí. Bylo nalezeno velké množství pečetí s postavami býků, lvů, štírů, ptáků a dalších zvířat. Za nejstarší jsou tak právem považována souhvězdí Býka, Lva a Štíra.⁶

Mudrci v Mezopotámii spojovali některé hvězdy do skupin a snažili se k nim přiřadit často používané symboly býka, lva a štíra. Souhvězdí, která tímto procesem vznikla, jsou významná tím, že leží v pásu zvířetníku a rozdělují jej na čtyři stejné úseky. Býk symbolizoval jarní rovnodennost, lev pak letní slunovrat. Znakem podzimní rovnodennosti se stal Štír a zimní slunovrat vyjadřoval Vodnář. Popsáním čtyř souhvězdí zvěrokruhu byly ve starověké Mezopotámii položeny základy astronomie i astrologie.⁷

Projevem velkého uctívání zvířat v Mezopotámii je propojení s tělem lidským při ztvárnění božstev.

„Mezopotamští bohové se od sebe odlišovali různými atributy, zbraněmi a neživými nebo astrálními symboly, ale mnozí z nich měli také svá zvířata, někdy skutečně existující, ale častěji umělé hybridní kombinace.

⁶ GREEN, 1999, s. 160

⁷ GREEN, 1999, 225 - 226

Někdy reprezentace takových zvířat v umění symbolizovaly různé bohy nebo jednotlivá božstva stojící na zvířatech. Někdy sochy tvorů velkých rozměrů střežily vchody do svatyně svého pána nebo sloužily jako oltáře a na zádech měly ještě další symboly.⁸ Green sem zařazuje:

- „Had-drak s tělem podobným hadu, s rohy, lvími předními a ptačími zadními končetinami, který byl přisuzován řadě různých vysoce postavených bohů včetně Marduka a Nabúa v Babylonii a Aššura v Asýrii;
- Lev-drak, rovněž se lvími předními končetinami a s ptačími zadními končetinami, ocasem a křídly, možná původně zvíře boha Iškura, později přiřazen k jiným asyrským bohům (jako druhé zvíře);
- Býk, obvykle zvíře boha, jehož rozvětvený blesk (symbol) jej identifikuje jako boha počasí;
- Lev, spojený v různých dobách s řadou různých božstev včetně Ningirsua a bohyně Náhlil, Ištar (Ivana) a Samoiny (Damgalnuna).“⁹

Dále hovoří o těchto zvířatech:

- „Kůň, nejméně do sedmého století př. n. l. zvíře slunečního boha Šamaše (Utu);
- Pes, posvátné zvíře bohyně Guly;
- Želva, koza-ryba vodního boha Enkiho/Ea a různé typy přirozených a hybridních hadů a ptáků spojovaných s různými božstvy.“¹⁰

⁸ GREEN, Anthony. *Bohové, démoni a symboly starověké Mezopotámie: ilustrovaný slovník*. Vyd. 1. Praha: Volvox Globator, 1999, s. 226.

⁹ GREEN, Anthony. *Bohové, démoni a symboly starověké Mezopotámie: ilustrovaný slovník*, s. 226.

¹⁰ GREEN, Anthony. *Bohové, démoni a symboly starověké Mezopotámie: ilustrovaný slovník*, s. 226.

1.3. Egypt

Egyptská kultura je úzce spojena s náboženstvím, a to je znázorňováno mnoha druhy a typy postav. Jejich významy se mění jak v časovém horizontu vývoje kultury, tak ve spojení s geografickými rozdíly. Dodnes archeologové a egyptologové zatím rozpoznali okolo 2500 jmen egyptských bohů, a to jistě ještě nejsou všichni. Kult uctívání zvířat starými Egyptany se úzce spojuje s jejich náboženstvím. Největší rozmach je patrný za dobu působení rodu Ptolemaiovců. Miliony mumifikovaných zvířat jsou důkazem toho, že kult nabyl obrovského významu. V různých částech Egypta byla uctívána zvířata, která jinde v Egyptě naopak zavrhovali a pronásledovali. Bohové byli znázorňováni v různých zvířecích podobách nebo jim byly přikreslovány pouze části zvířecích těl. Hlavní rozdíl mezi zvířetem a zvířecím vyobrazením boha je třeba hledat v tom, že vyobrazení je symbolem určitého boha, zatímco živé zvíře není jen symbolem, ale je skutečným božským vtělením.¹¹

„Ústřední část prostředního pruhu, umístěná bezprostředně nad otvorem nádoby, představuje souhvězdí severní polokoule, které je obtížné identifikovat. Lze poznat Meshtyu, Velkou Medvědici, znázorněnou býkem s oválným tělem se dvěma malými nožičkami; boha se zvířecí hlavou zvaného Anu, který nese na hlavě kotouč a který kopím probodává tělo býka; božstvo Škorpión (Selket), ležící ve stejné rovině s býkem, a níže lva s ocasem krokodýla, zmrzačeným zobrazením tohoto plaza. Vpravo jsou vidět zbytky hroší bohyně opírající se o kotevní kůl, od něhož vede řetěz z kuliček, které někdy tvoří kruhy, spojující býka a lva.“¹²

Zvířecí zobrazení měla svůj význam a jejich moc se připisovala bohům jak v symbolu oslavném, tak i v záporné vyjádření negativních a varovných signálů.

Podoby zvířat se v průběhu času proměňovaly. Zpočátku byly vyjevovány s majestátným postavením těl. Setkáváme se s nimi kupříkladu u lva vystavujícího na odiv svou sílu, u kočky s její lstivostí a moudrostí nebo

¹¹ Egypt: symbolismus a archeologie, 2009, s. 123 - 129

¹² GREEN, Anthony. *Egypt: symbolismus a archeologie*. Vyd. 1. Praha: Nová Akropolis, 2009, s. 115.

sokola hýčkájícího na svých rukou boží i královskou moc. Počáteční krutější a brutálnější ztvárnění jen určitých zvířat vystřídala úcta a bázeň ke všem zástupcům živočišné říše a jejich podobenství vyzdvihovalo moc a jedinečnost.

I ve svém písmu /Hieroglyfické písmo/ používali Egypťané obrazy nástrojů, rostlin, zvířat, lidí nebo přírodních jevů a nebeských těles. Znaky znázorňující zvířata byly například písmeno „A“ (označováno jako sup mrchožravý) nebo „U“, které znamenalo indiferentnost kladného nebo záporného zaměření a bylo proto znázorňováno křepelkou, u níž nelze po vylíhnutí určit pohlaví, i když je již dané.¹³

Některá ze zvířat byla dominantní a hrála hlavní roli v symbolice.

Krokodýl

„Mocné a zničující síly krokodýla byly obecně obávané. V tehdejší době byl krokodýl nilský, spojovaný s bohem Sethem, ještě hojně rozšířen a působil velké škody. Jeho glyf, odpovídající jeho vlastnostem, znamenal být chtivý nebo být žravý. Všeobecně se krokodýl setkával s respektem, neboť byla rozšířena víra, že jen moc lásky prý může hrubou sílu krokodýla předčit.“¹⁴

V hornoegyptském Fájjumu hrál významnou roli krokodýlí bůh Sobek, který byl na posvátných nádobách zobrazován buď jako člověk s hlavou krokodýla nebo ve své původní zvířecí podobě. „Podle lidové tradice vytryskl Nil z potu krokodýla. Masový výskyt těchto zvířat během každoročních záplav byl uváděn do spojitosti s bohatou úrodou. Odtud obdržel Sobek také své postavení jako bůh plodnosti. V pozdější době byl tento bůh napojen na kult boha Re a obdržel jako Sobek-Re také jeho atributy jako sokolí hlavu a sluneční kotouč.“¹⁵

¹³ Egypt: symbolismus a archeologie, 2009, s. 123 - 129

¹⁴ OWUSU, Heike. *Egyptské symboly*. Olomouc: Fontána [Olomouc], 2003, s. 267.

¹⁵ OWUSU, Heike. *Egyptské symboly*, s. 267.

Volavka – Fénix

„Fénix byl svatým zvířetem Heliopole. Jeho egyptské jméno Boinu se odvozovalo od slov pro „svítit“ a „vcházet“. Jedná se o volavku, která navštěvuje údolí Nilu v době záplav ve velkém počtu. Její cyklický návrat byl dáván do souvislosti s oživující silou vody a učinil z ní symbol věčné obnovy.

Již za starých časů byla volavka rovna slunečnímu ptáku, který za časného jitra povstává z vod, aby se v ranních červáncích vznesl do nebe.“¹⁶

Fénix byl chápán jako zvíře obnovy. Usuzujeme tak na základě četných mýtů o jeho údajné schopnosti samovznícení a následném znovu obživení. Ve skutečnosti je důvodem častá migrace těchto ptáků a vzácnost jejich návratu.

„Ohledně časových intervalů, v nichž se ptáci navracejí, se představy starých Egyptanů značně rozcházely. Jsou zprávy, že tak činí v rozpětí padesáti let, ale také o časovém objemu 1461 let. Pozdější údaj se vztahuje k periodě Sothis, vázané na východ hvězdy Síríus. Každý nový cyklus Siria byl hodnocen jako úplně nový kosmický řád a jako počátek nové epochy.

Spojení se sluncem učinilo z Fénixe boha Re a jeho vztah k říši mrtvých stejně jako vzkříšení z vlastního popela mu umožnil stát se zjevnou formou Osiridovou.“¹⁷

Obrázek 2 Fénix



Zdroj: <http://www.rhesusnegative.net/>

Dalšími zástupci živočišné říše, kteří se objevují v božských podobách, jsou paviáni, skarabeus, sokol a další.

¹⁶ OWUSU, Heike. Egyptské symboly, s. 257.

¹⁷ OWUSU, Heike. Egyptské symboly, s. 257.

Dosud nejstarší zobrazení zvěrokruhu /zodiaku/ představovaného dvanácti souhvězdími, vyobrazené jako znamení v kruhu, bylo nalezeno v chrámu bohyně Hathory na jihu Egypta.

1.4. Antika

Z vyspělé civilizace, vytvořené asi před 2500 lety Řeky a později přenesené Římany na západ, vychází i náš současný způsob života. Uspořádání našeho umění, vědy i myšlení je vytvořeno na jeho základech. V této době vytvářeli umělci mistrná díla jak lidských, tak i zvířecích postav, a to nejen proporcionálně, ale i výrazově. Tak dodnes vzbuzují úctu výzdoby chrámů, kde sochy i malby jasně ukazují dokonalé ztvárnění pohybu, věku i vyjádření emocí. Zvířecí symbolika byla používána k oslavování bohů i lidských vládců, jejich vítězství i radovánek. Řekové dali svému umění novou funkci, začalo sloužit nejen výchově a poučení, ale i potěšení a zábavě. Velmi častým motivem je oslava vítězství v Tróji se zobrazením koňských spřežení a mýtických obrů. Tato umělecká díla pak přebírají Římané a dále je rozvíjejí. Ve svém umění více a více vyzdvihovali vítězná válečná tažení. Jejich mytologické výjevy a oslavování bohů doprovázejí vymyšlená i reálná zvířata. Další zvířecí symbolika je známá z bájí a pověstí, které nám dodnes učarovávají svou nadčasovostí a fantazií.¹⁸

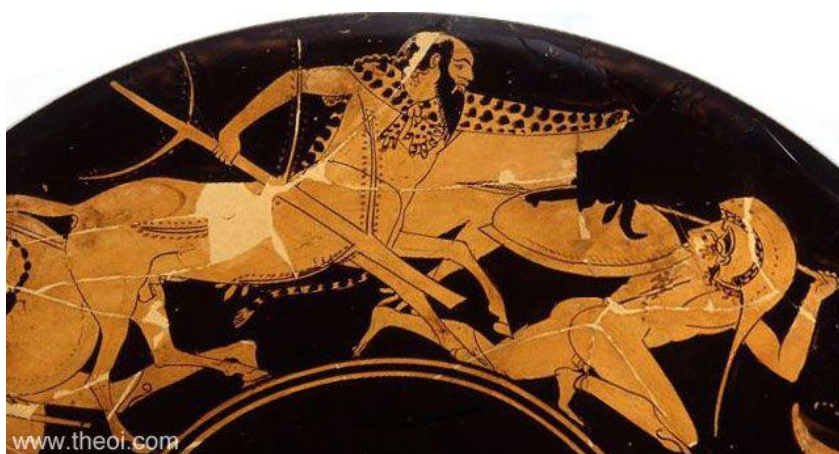
Antické mýtické postavy byly velmi často znázorňovány spojením lidského těla se zvířecím. Jako například u Kentaurů: „Tito tvorové, napůl lidé, napůl koně, žili v divoké přírodě; živili se syrovým masem, k lovu se ozbrojovali silnými větvemi a kameny. K ženám se chovali hrubě a násilnicky, zejména pod vlivem vína.“¹⁹ V případě Mínotaurů: „Nestvůra, kříženec s býčí hlavou a lidským tělem, který se ve skutečnosti jmenoval Asterión. Narodil se ze spojení manželky krétského krále Mína Pásifaé s překrásným bílým býkem, jež Mínoovi poslal Poseidón. Král se Mínotaura zhrozil a uzavřel ho před

¹⁸ MARTIN, 1993, s. 257 - 266

¹⁹ MARTIN, René a Sandrine AUGUSTA-BOULAROT. *Slovník řecko-římské mytologie a kultury*. 1. vyd. Praha: EWA, 1993, s. 143.

lidskými zraky do Labyrintu...“²⁰ Další z těchto postav byli Satyrové „Tito přírodní daimóni, napůl lidé a napůl kozlí, jsou součástí veselého průvodu Dionýsova: obličej a trup mají lidský, ale malé rohy, dlouhé špičaté uši, protáhlý ocas a nohy jsou kozlí. Satyři táhli krajem a dychtili uspokojit svou bezuzdnou sexualitu. Milovali víno, tanec a hudbu. Když zestárli, říkalo se jim podle Dionýsova vychovatele Siléni. Byli oškliví, břichatí a jezdili na oslech...“²¹ A z toho vznikl pojem v jazykovém a literárním podání: „Satyr je v přeneseném slova smyslu synonymem hrubé smyslnosti, bujného, neukojitelného pohlavního pudu, smyslný a vilný člověk... V Athénách nazývali „Satyrským dramatem“ napůl patetickou a napůl komickou hru, tragédii komického rázu, kde sbor tvořili Satyrové.“²²

Obrázek 3 Kentauromakhia



Zdroj: www.theoi.com

V ženské podobě se v antické mytologii objevovaly například Gorgóny: „Sthenó, Euryalé a Medúsa – byli dcery Forkýna a Kétó, mořských božstev, jež zrodila Gáia a Pontos. Patří tedy k předolympské generaci bohů, která založila rod nejrůznějších nestvůr a příšer. Byly sestrami Graí, strašné Skylly a draka, jenž střežil zahrady Hesperoven. Sídlily ostatně nedaleko těchto zahrad

²⁰ MARTIN, René a Sandrine AUGUSTA-BOULAROT. *Slovník řecko-římské mytologie a kultury*, s. 163.

²¹ MARTIN, René a Sandrine AUGUSTA-BOULAROT. *Slovník řecko-římské mytologie a kultury*, s. 223

²² MARTIN, René a Sandrine AUGUSTA-BOULAROT. *Slovník řecko-římské mytologie a kultury*, s. 223

v nejvzdálenějších končinách západu. Gorgony měly podobu nestvůrné ženy, zlatá křídla, planoucí zrak, hlavu, na níž se ježili místo vlasů hadi, místo lidských zubů kančí, šupinatý krk a bronzové ruce. Kdo spatřil jejich tvář, okamžitě zkameněl.

Gorgonou v jednotném čísle je často označována Medúsa, která byla jediná ze tří sester smrtelná.²³

Obrázek 4 Medusa



Zdroj: <http://www.ibiblio.org>

Další mýtické postavy byly okřídlené bohyně Harpyje, které „...vypadaly nestvůrně, neboť byly napůl žena a napůl pták s ostrými drápy. Většinou tvořily dvojici: jedna se jmenovala Aelló, „Bouřná“, druhá Ókypeté, „Rychloletá“. Někdy je doprovázela třetí Harpyje – Kelainó, lat. Celaeno, tj. „Temný mrak“. Jejich domovem byly Strofadské ostrovy v Egejském moři. Jméno Harpyje původně znamenalo „Uchvatitelky“ (zejména duší a dětí), a proto bývaly zobrazovány na hrobech zemřelých, odkud v drápech odnášely duše mrtvých.“²⁴

²³ MARTIN, René a Sandrine AUGUSTA-BOULAROT. *Slovník řecko-římské mytologie a kultury*, s. 102.

²⁴ MARTIN, René a Sandrine AUGUSTA-BOULAROT. *Slovník řecko-římské mytologie a kultury*, s. 105.

Řekové, podobně jako kdysi Egypťané, uctívali některá zvířata jako božstva. Pouze několik památek z 8. století před Kristem nám dokládá obřadný kult zvířat.²⁵

„Řadě zvířat se vzdávaly náboženské pocty. Některá zvířata byla pokládána za symboly bohů nebo jim byla zasvěcena: Ovce bohu slunce Héliovi, koně a pávi Héře, želvy Pani. Draví ptáci přinášeli poselství bohů. V křiku havranů a zpěvu střízlíků bylo možné číst budoucnost.

Bohové údajně rádi přijímali zvířecí oběti a každý z nich měl v oblibě svůj vlastní zvířecí druh.“²⁶

1.5. Keltské symboly

Had

Symbol Hada sehrával v keltské symbolice důležitou roli. První obrazy hadů se objevují na raných nálezích z doby halštatské kultury ve formě klikatých čar, jež se ve velké míře nacházely zejména na nádobách. V pozdější době had nahrazoval, na keltských obrazech, kadeře vlasů a hadí linie postupně nabíraly na zřetelnosti. Had symbolizoval, spíše než živočišný druh, akt stvoření. Často byl také zaměňován za jiné plazy (například ještěrku, krokodýla nebo stonožku) a spojován se zvířecími částmi jako jsou parohy či rohy.

V dalších etapách keltské historie jsou hadovi přisuzovány i další funkce. Stává se průvodcem bohů spojených s kultem Země, plodnosti a léčení. Rytinami na válečných zbraních pomáhá válečníkům v boji a vzbuzuje strach v nepřátelských řadách.²⁷

²⁵ ESTIN, 1995, s. 23.

²⁶ ESTIN, Colette a Hélène LAPORTE. *Kniha o mytologii starého Řecka a Říma*, s. 23.

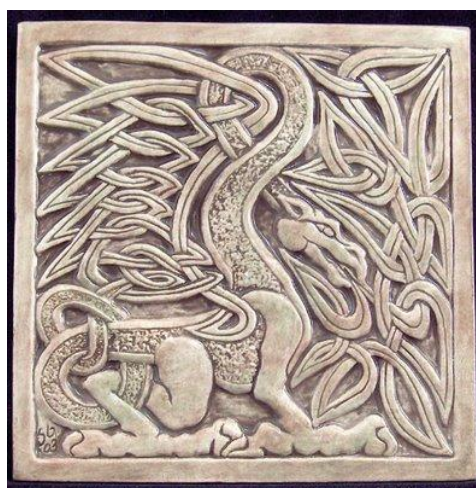
²⁷ HEINZ, 2002, s. 23-30.

Drak

Obrázky draka se nacházejí ve velkém počtu keltských pohádek. Mnohým jsou společné špičaté uši. U Keltů se objevuje drak zapletený do sítě plné uzlů. Většinou je to had proměněný v hrůznou obludu. Obrovské množství keltských obrazů bylo nalezeno na opascích a pochvách mečů ze 4. stol. př. n. l, kde jsou často draci zobrazeni v párech. Draci jsou strážci pokladů. Drak chrlicí oheň, který se vyvinul pravděpodobně z rohatého hada plivajícího jed či oheň, má u Keltů roli strážce ještě silnějšího než had.²⁸

V pohádkách bývá hojně uváděno, že draci vyžadovali lidské oběti. Keltští draci byli tradičně spojováni s válčením. Symbolizují často válečné umění a jejich mýty bývají prostoupeny hrdinskými činy.

Obrázek 5 Keltský drak



Zdroj: <http://thelastlongwalk.blogspot.com>

Původní symbol draka se vyskytuje i v keltské lyrice. Období vlády krále Lludda bylo velmi úspěšné a země vzkvétala. Jednou však království postihly tři pohromy. Jedna z nich byla v podobě ohromného řevu na začátku léta. Tento řev ochromil veškerý život na ostrově: muži ztratili sílu a odvahu, ženy svou plodnost, synové a dcery své smysly, zvířata umírala, vody začaly být jedovaté a nedalo se po nich plout. Aby odhalil původ této pohromy, nalezl král Lludd zeměpisný střed britského ostrova, kterým byl Oxford. Tam nechal vyhloubit jámu, dal do ní spustit sud s nejlepší medovinou a přikryl jej

²⁸ HEINZ, 2002, s. 31 - 32.

hedvábným šátkem. Objevili se dva draci, kteří spolu soupeřili. Byli ztělesněním jeho národa a cizího, nepřátelsky smýšlejícího, lidu. Když boj skončil, oba draci vyčerpaně dopadli na šátek a spolu s ním do sudu. Lludd je svázal oním šátkem a se sarkofágem je nechal dopravit na nejbezpečnější místo, jaké ve své zemi znal, k hoře Snowdon. Pověst praví, že dokud draci zůstanou na tomto bezpečném místě, nestihne Británii žádná pohroma.

Jiná sága pojednává o Merlinovi:

Král Vortigern začal v blízkosti Snowdonu stavět hradní tvrz. Veškeré stavební nástroje a materiál ovšem přes noc mizely. Král tedy vyzval své rádce, aby našli řešení. Ti dospěli k názoru, že je nutné potřísnit základy stavby krví, jež bude patřit dítěti bez otce. Početní poslové propátrali zemi, až našli, u Caerfyrddinu, mladého chlapce, jenž neměl otce. Ten však králi pověděl, že jeho krev pomoci nemůže. Pod horou, kde král nechal základy tvrze vyměřit, je prý jezero, které veškeré dílo ničí. Vortigern proto poručil svým mužům kopat. Ti skutečně po čase narazili na jezero. Na příkaz Merlina pokračovali v kopání, až byly odhaleny dvě jeskyně, ve kterých spočívali dva spící draci. Ti se po probuzení pustili do vzájemného souboje. Král se ptal Merlina, co to má znamenat. Ten prohlásil, že tito dva draci reprezentují dva národy. Červený drak Velšany a žlutý Sasy. Na otázku, kdo bude vítězem, však Merlin neodpověděl. Draci pak zmizeli v mlze.²⁹

1.6. Čínská kultura

Nejen v evropské kultuře, ale i v ostatních částech Země je symbol zvířat a jejich charakteristika přenášena na vyjádření vlastností člověka nebo božstev. Jsou zde nalezené nejstarší záznamy o astrologii a s ní související zvěrokruh. Jeho jednotlivá zvířecí znamení mají vlastnosti typické pro určitý druh a jsou přiřazována lidem podle narození.³⁰

²⁹ HEINZ, 2002, s. 31-35.

³⁰ *Mytologie světa: ilustrovaný průvodce*, 1997, s. 88 - 101

Vlastnosti zvířat čínského zvěrokruhu

Krysa

- přímá, disciplinovaná, systematická, pečlivá, charismatická, pracovitá podnikavá, šarmantní, výmluvná, společenská, inteligentní. Může být manipulativní, mstivá, prolhaná, prodejná, sobecká, tvrdohlavá, kritizující, ambiciózní, nemilosrdná, netolerantní, vypočítavá;

Buvol

- upřímný, klidný, vůdčí, pracovitý, ambiciózní, stereotypní, pokorný, rozhodný, tvrdohlavý a náročný. Za jeho nehezským zevnějškem se skrývá originalita a inteligence s typickými výbuchy hněvu;

Tygr

- nevyzpytatelný, vzpurný, vášnivý, dobrodružný, impulsivní, energický, loajální, milující, velkorysý. Může být neklidný, lehkomyšlný, netrpělivý, zatvrzelý i sobecký;

Zajíc

- laskavý, dobrý přítel, druh, citlivý, elegantní, rezervovaný, opatrný, umělecky nadaný, důkladný, sebejistý, všímavý, flexibilní. Může být náladový, nezávislý, povrchní i shovívavý;

Drak

- šlechtitý, vznešený, energický, silný, sebejistý, hrdý, ušlechtilý, přímý, důstojný, zanícený, horkokrevný, vášnivý, rozhodný, průkopnický, odvážný, velkorysý, loajální. Může být arogantní,

panovačný, despotický, excentrický, pompézní a velmi tvrdohlavý, zaujatý, dogmatický, despotický, násilný, prudký. V Asii je symbolem pozemského štěstí a nebeské moci;

Had

- hluboký myslitel, moudrý, magický, půvabný, smyslný, tvůrčí, uvážlivý, intrikářský, ambiciózní, elegantní, opatrný, odpovědný, klidný, silný, cílevědomý. Může být samotář, špatný komunikátor, panovačný, požitkářský, nedůvěřivý, a lživý. Představuje rychlého, ale rozvážného lovce;

Kůň

- veselý, oblíbený, schopný, bloudící, vnímavý, netaktní, agilní - psychicky i fyzicky, inteligentní, bystrý, přizpůsobivý. Může být nestálý, arogantní, úzkostný, hrubý, naivní i tvrdohlavý. Jeho úspěchy jsou dány jeho vůdčími schopnostmi a manipulativností davu;

Ovce

- morální, upřímná, soucitná, mírná, plachá, umělecká, kreativní, jemná, soucitná, chápající, klidná, velkorysá. Může být náladová, nerozhodná, pasivní, pesimistická, negativní, citlivá a moudrá. Údajně je stvořena pro poslušnost;

Opice

- má vlastnosti improvizátora, je bystrá, zvědavá, flexibilní. Může být problémová, marnivá, egoistická, lehkomyšlná, podvodná,

manipulativní, žárlivá, podezřívavá, ale i sociální, zdvořilá, důstojná, konkurenceschopná, objektivní, věcná a intelektuální;

Kohout

- je čistotný, pracovitý, dobrý organizátor, sebejistý, opatrný, perfekcionista, horlivý, praktický, vědatorský, odpovědný. Může být horlivý a kritický, puritánský, egotistický a tvrdohlavý;

Pes

- pes je uzavřený ale bdělý, přímočarý, loajální, se smyslem pro spravedlnost, přátelský, nenáročný, družný, idealistický, milující, houževnatý. Může být cynický, líný, chladný, pesimistický, tvrdohlavý, ale spolehlivost a oddanost je jeho hlavní předností;

Vepř

- pravdomluvné, jednoduché, galantní, robustní, družné, mírumilovné, trpělivé, věrné, důvěřivé, upřímné, klidné, svědomité, vášnivé, inteligentní. Může být naivní, materialistické, ale horlivě pracovité. Jsou vždy ochotni pomoci a žádným úkolům a zodpovědnosti se nevyhýbají.³¹

Zvířecí symbolika se v čínské kultuře objevovala ve všech oblastech umění, zejména v malířství, sochařství, architektuře, a také v dalších oblastech denního života. Z chování a vlastností zástupců živočišné říše pak Číňané odvozovali chování lidských jedinců v běžném životě i v mezních situacích.

V čínském zvěrokruhu je patrné sloučení astronomie, zeměpisu, matematiky, statistiky, logické teorie, selského rozumu a hromadění zkušeností

³¹ *Velká kniha horoskopů*, 2001, s 163-184

v průběhu dlouhého časového období. Používá se ke studiu a klasifikaci života osob, lidského osudu a štěstí.

Podle čínských bajek určil pořadí dvanácti znamení Buddha při oslavách čínského nového roku.³²

1.7. Indie

Civilizace vznikající ve starověku v povodí řeky Indu jsou do dnešní doby opředeny mnoha záhadami. Dlouhá léta o nich nebyly žádné informace. Za počátek osídlení tamní oblasti se považuje éra civilizace Ářjů z 2. tisíciletí př. n. l. V současné době předpokládáme, že jejich náboženství má původ v kultu matky a ve vyznávání hodnot ženskosti, lásky, umění a ochrany přírody.

Výsledky hledání ukazují, že v období před 8000 lety, obývala lesy kolem povodí Indu početná zvířena.

Tehdejší lidé vedli kočovný život a jejich bohatství tvořila z větší části stáda dobytka, která sloužila jako zdroj potravy a k obchodním účelům.

Slovesná kultura se skládala z vypravování hrdinských činů, eposů a mýtů. V souvislosti s častými povodněmi byla jejich božstva bezprostředně spojena s vodou. Proti sobě tak stály dvě mocné síly. Na straně jedné bohové, jež vodu uvolňují a na straně druhé démoni, kteří ji zadržují.

Nalezené hliněné figurky zvířat odpovídají soškám, jež se dodnes dávají na domácí oltáře na indickém venkově. Časté užití zvířecích motivů na pečeti a na nádobách poukazuje na fakt, že uctívání zvířat bylo nedílnou součástí náboženských rituálů.³³

Nejčastěji opakovanými symboly jsou býk, jednorožec, jelen, kobra a nalezena byla různá totemová a mýtická zvířata. Sošky býků jsou nejčastějšími zvířecími symboly spolu s obrázky psů, tygrů, želv a slonů. Předměty ve tvaru ptáka nebo vejce sloužily jako hudební nástroje (píšťalky),

³² OLIVOVÁ, 2001, s. 85-127.

³³ *Mytologie světa: ilustrovaný průvodce*, 1997, s. 68-87

kteře se používají v Indii i v současné době. Na nalezených tabulkách jsou zobrazeny mýtické výjevy, například lovec s kopím, jak rituálně obětuje buvola, nebo slon, nad kterým bohyně bojují se dvěma tygry. V této části Asie, kde jsou na jedné straně vysoké himalájské hory a na druhé neprostupné džungle, probíhal velice izolovaný vývoj, což podle badatelů zapříčinilo, že největším posvátným zvířetem se stala kráva. Domníváme se, že se tak dělo z důvodu jejího mimořádného významu reprezentujícího plodnost.

Dalším posvátným zvířetem je kobra, která se objevuje jako symbol ochránce na sochách Budhy, i hinduistického boha Višny. Podle legendy Budha na jedné ze svých poutí padl na poušti znaven žarem. Připlazila se k němu kobra a Budhu zastínila. On se jí pak dotkl a na jejím krku zůstaly navždy stopy v podobě brýlí.³⁴

1.8. Amerika

Původní americké obyvatelstvo, tak jako v jiných částech světa, uctívalo přírodu, se kterou bylo úzce spjato. Na základě soužití s přírodou se utvářela jejich společnost, vyvíjely se jejich tradice a s nimi i významné symboly, které rozhodovaly o minulosti, současnosti i budoucnosti každého jednotlivce i celého jejich světa.

Zvířecí symbolismus u původních kmenů prérijních Indiánů vzkvétal v podobě kultury lovců bizonů. Tanec Slunce, který byl jejich uctíváním, se stal hlavním společenským a náboženským obřadem. Zpravidla se konal v pozdním jaru nebo na počátku léta. Při obřadu bylo oslavováno znovuzrození a obnova všech součástí přírody. Obsahoval symbolická představení různých zvířecích druhů, zvláště bizona a orla, kteří kdysi hráli nejdůležitější roli v každodenním životě lidí. Byla vyzdvihována jejich posvátnost a neobvyklá síla.

„Například někteří lidé ze Severozápadního pobřeží věří, že jejich předky byla zvířata, která se dostala na pobřeží a svlékla své zvířecí převleky,

³⁴ OLIVOVÁ, 2001, s. 138-154

stala se lidmi a založila různé klany. Četné mýty o sňatcích mezi lidmi a zvířaty popisují, jak došlo k oddělení lidí a zvířat.³⁵

Důvodem pro pořádání obřadů bylo vyjádření díků za požehnání, víru v dobrý výsledek určitého důležitého momentu, a touhu zabezpečit ochranu blízké osoby v dobách válčení, nebo získání léku pro nemohoucí.

Spojení člověka s ostatními živočichy je vyjádřeno spojením symbolických objektů, které poukazují na vlastnosti různých zvířecích druhů. Například králík reprezentoval pokoru, jemnost a klid, lasička nebo vydra byly vzorem pro houževnatost.³⁶

Dominující zvířecí symboly

Bizon

Bizoni byli zdrojem života pro prérijní kmeny. Indiáni z něj získávali maso, kůže na týpí, na oblečení, a vyráběli z dalších částí těl všechno nářadí a věci nezbytné pro každodenní potřeby.

„Severoameričtí prérijní Indiáni vyvinuli ze spojení přírody a ducha tu nejsložitější bizoní symboliku. Bizon byl pro Siouxe zosobněním nejvyšší bytosti a hrál ústřední roli ve vizionářských obřadech kmenů, které prováděly rituál sebetýrání, tzv. sluneční tanec.“³⁷

Indiánské mýty popisují, jak bizon pomáhal člověku. Bůh v podobě Bílého bizona jim přinesl posvátnou dýmku. Určil šamana nazývaného Erect-Horns, který musel nosit bizoní rohy na čapce. Nařídil mu, aby se svou manželkou putoval na vrchol vysoké hory. Když se společně vraceli domů, celá země omládlá a z hory vyšel bizon, následoval je a navždy jim a všem lidem pomáhal. Tance domorodců s bizoní lebkou měly za úkol přinést požehnání a získání bizoní síly.³⁸

³⁵ *Mytologie světa: ilustrovaný průvodce*. 1. české vyd. V Praze: Slovart, 1997, s. 232.

³⁶ *Mytologie světa: ilustrovaný průvodce*, 1997, s. 232-233.

³⁷ SAUNDERS, Nicholas J. *Mytická síla zvířat*. Vyd. 1. Praha: Knižní klub, 1996, s. 89.

³⁸ SAUNDERS, 1996, s. 89.

Havran

Symbolika havrana měla u Indiánů několik významů. Havrani likvidovali mrtvé živočichy, což mělo v přírodě důležitý význam a udržovalo to přírodní rovnováhu.

„Mezi antropomorfními božstvy amerických Indiánů je havran znám především jako šibalský zloděj. Příslušníci kanadského indiánského kmene Siksika si vypravují pověst o tom, jak havran ukradl všechny bizony, antilopy, losy a králíky, takže lidé neměli co ulovit a hladověli. Bůh stvořitel, zvaný Stařec, se proměnil v psa a s pomocí náčelníkova syna našel veškerou zvěř, schovanou v jeskyni, a osvobodil ji. Když se však lidé pokusili zahnat stádo bizonů na útes (starý způsob lovu), znenadání se objevil havran a bizony vyvedl zpět. To byla poslední kapka: Stařec chytil havrana a za trest ho pověsil nad ohniště, aby mu napravil hlavu.“³⁹

Další příběh vypráví, že Havrani znali cestu k bráně Smrti. A to nebylo myšleno negativně. Smrt byla pro Indiány transformací, která je zavede do náruče Vesmíru, kde bude jejich nový domov.

Havranům byly přisuzovány nadpřirozené schopnosti a indiánští šamani se je snažili přilákat ke svým stanům. Jejich peříčka používali jako posvátné rituální pomůcky. Člen kmene, který zabil Havrana, si musel usmířit božstvo, protože zabít Havran mohl přivolat hrozbu smrti, mohl přinést nemoci, válku a další ničivé události.

Medvěd

Staří Indiáni považovali medvědy za velmi silné, praktické, chytré a klidné dobráky. Medvěd, dle Indiánů, představoval vládce lesa, a byl proto velmi uctíván. Jeho síla byla pro Indiány posvátná. Kladně hodnotili jeho analytické myšlení a spoléhání se především sám na sebe. Nezávislost a šikovnost Indiáni považovali za jejich hlavními charakterové znaky. Vyzdvihovali také učenlivost a to, že neopakují stejnou chybu dvakrát. Lidé,

³⁹ SAUNDERS, Nicholas J. *Mytická síla zvířat*, s. 44.

kteří se narodili ve znamení medvěda, se brzy naučí odhadnout své možnosti, umí dobře využívat své dovednosti a svou energii.⁴⁰

Z indiánských dob pochází mnoho pověstí a legend o medvědech. Jedna z nich vypráví o Medvědovi, jenž chránil lidského ducha, kterého zastihlo nebezpečí během cesty k Vesmírné bráně. Tomuto duchu člověka se do cesty postavil lesní netvor, který vylezl z bažiny, aby pohltil jeho energii. Pro lidského ducha byl tento netvor nepřekonatelný. V tom mu Matka Země přivolala na ochranu a pomoc Medvěda. Ten člověka ochránil a netvora zatlačil zpět do bažin.

„Věří se, že žádná zvířata nemají k člověku blíže než medvědi, kteří chodí někdy po dvou nohách a mají kostry podobné lidským, jen větší. V mnoha mýtech jsou medvědi zobrazováni jako druh, který má lidskou podobu, ale před lidmi si vždy obléká svůj medvědí kožich.“⁴¹

Medvěd byl posvátným a respektovaným zvířetem. Indiáni jej nesměli lovit, aniž by se podrobili zvláštnímu rituálu. I medvědí kůži směli nosit jen nejúspěšnější lovci, ta přenášela sílu na vybraného lovce. Indiáni medvědům přisuzovali velkou, dlouhotrvající a stabilní lásku.⁴²

Losos

Losos u staré indiánské kultury odpradáвна vzbuzoval obdiv pro svůj způsob života, protože musel překonat dlouhou a nebezpečnou cestu k místu tření. Indiáni připisovali tento znak lidem, kteří následují svůj cíl i přes obtíže, které cesta k němu přináší.

„Po celém pobřeží se konají obřady „Prvního lososa“, při kterých se vítají první jikry roku, tančí se pro pobavení ryb a rybí kosti se navracejí lososím vesnicím pod hladinou. Cílem těchto rituálů je zajistit nadbytek ryb i pro další rok. Kwakiutlové na ostrově Vancouver viděli v párech skákajících

⁴⁰ BIEDERMANN, 2008, s. 204-205

⁴¹ Mytologie světa: ilustrovaný průvodce, s. 232.

⁴² Mytologie světa: ilustrovaný průvodce, 1997, s. 232.

lososů převtělení lidských dvojčat, a proto se nesměla dvojčata pouštět k vodě, aby se neproměnila zpět v ryby.“⁴³

Kojot

Nejpopulárnější mýtickou postavou amerických Indiánů je Kojot. Jeho výsadní postavení mezi ostatními psovitými šelmami je dáno jeho přirozenou povahou. Je to rychlý a prohnaný všežravec, jehož hlavní silou je lstivost. Jeho duch je symbolizován jako šprýmař a objevuje se v mnoha legendách coby stvořitel, zlý kouzelník, milovník či šibal.⁴⁴

Kojot je znám svou vychytralostí. Jedna z jeho zvířecích lstí spočívá v předstírání smrti pro přilákání kořisti. V momentě, kdy se kořist dostatečně přiblíží, kojot po ní skočí, chytí ji a sežere.

„Mýty připisují Kojotovi velkou tvořivou sílu. Například v Navažské verzi mýtu Pueblanů o „vynoření“ existují tři postavy stvořitelů, První muž, První žena a Kojot. Mýtu vypráví, jak kojot s sebou ze čtvrtého podzemního světa, když se z něj vynořili do tohoto světa, přinesl osivo. Dával je různým kmenům, poté co byli vytvořeny.“⁴⁵

Datel

Datlové byli považováni za lékaře stromů. A protože stromy měly duši, byli tito ptáci pro Indiány důležitou součástí přírody a v indiánské kultuře měli nezastupitelnou roli. Tak jako datlové dokázali léčit stromy, měli lidé k nim přirovnávání dar uzdravovat a to nejen tělo ale i duši.

Indiánská legenda vypráví, jak si jednoho dne Matka Země svolala všechna zvířata, ptáky i zástupce lidí na oslavy. Mezi pozvanými byl i Datel. Ten se tehdy honosil krásným „červeným kabátem“, červeným peřím. Oslavovalo se, když vtom datel zpozorněl a zaslechl vzdálené rytmičné bubnování. Šaman kmene volala o pomoc, protože jejich posvátný Strom

⁴³ SAUNDERS, Nicholas J. Mýtická síla zvířat, s. 136.

⁴⁴ Mytologie světa: ilustrovaný průvodce, 1997, s. 229.

⁴⁵ Mytologie světa: ilustrovaný průvodce, s. 229.

života umíral. Datel neváhal a letěl Stromu na pomoc. Když tam přiletěl, zjistil, že Strom života má škůdce až ve svém nejhlubším nitru. Musel se tedy nějak dostat dovnitř. Když se prodíral dřevem, na peříčka se mu nalepila čerň, která se rozprostírala v kmeni a v níž svítily plaménky života. Datel svým zobákem vytáhl škůdce, ale ten ho zranil. Když datel vylétl z kmene, byl celý černý, jen na hlavě měl od krve zašpiněná pírka. Od té doby se datlové na počtu Toho, který zachránil Strom života, oblékají do stejných barev a léčí duše.

Na celém americkém kontinentě se před příjezdem bílých objevitelů uctívali nejen bohové, ale i zvířata. Na hrnčířských dílech jsou v jedenácti různých barevných odstínech zachyceny tvary a barvy ptáků, zvířat, ryb, postav a obličejů lidí i fantastických bytostí.⁴⁶

1.9. Afrika

V Africe bylo mnoho rozličných kultur. Jejich mýty a legendy o vzniku světa a jeho zákonitostech byly plny zvířat, která domorodci vídali v přírodě okolo sebe, a ta je provázela celými pokoleními. Vzhledem k velké migraci se nalézají podobné rysy v mnoha legendách kmenů po celé Africe.⁴⁷

Legenda o stvoření

„Dxui byl Dxui, první duch stvoření. Měl mnoho práce. Když vyšlo slunce, byl Dxui květinou a v noci byl člověkem. Když nadešel den, byl další květinou a po západu slunce se stal opět mužem. Následujícího dne byl stromem obtíženým mnoha plody. Opět zapadlo slunce a on byl Dxui, člověk. Když se Dxui probudil, uviděl poprvé slunce a shledal, že je sám. Pak se stal stromem, který plodil ovoce, ale byl také pokryt trny. Poté se objevila první

⁴⁶ Mytologie světa: ilustrovaný průvodce, 1997, s. 230-233.

⁴⁷ Mytologie světa: ilustrovaný průvodce, 1997, s. 276-277

žena a chtěla si vzít ovoce, ale strom zmizel a žena plakala a lehla si na zem a zemřela.

Dxui se změnil v mouchu, pak ve vodu a v další květinu, v ptáka a potom v tenata na ptáka a pak v toho, kdo ptáka snědl. Znovu se stal mužem a byl pronásledován dalšími lidmi, a tak se Dxui změnil ve velkého ptáka a odlétl ke svému otci a matce. Když ho otec poznal, stal se Dxui člověkem. Zemřel a stal se ještěrkou, tvorem ze všech nejstarším.⁴⁸

Legenda o smrti

„Podle mnoha afrických společenství původně smrt neexistovala a její příchod je hojně přisuzován buď hříchu lidských bytostí, nebo některého zvířete. Neurští pastevcí z jižního Súdánu vyprávějí, že kdysi spojoval nebe a zemi provaz, a každý, kdo zestárl, se po provaze vyšplhal nahoru, a než se vrátil na zem, nejvyšší bůh ho znovu omladil. Ale jednoho dne se po provaze vyšplhali hyena a snovač a oba vstoupili na nebesa, a tak dal nejvyšší bůh pokyn, aby byli tito návštěvníci pod přísným dozorem a nebylo jim dovoleno vrátit se na zem, neboť by tam určitě způsobili nepříjemnosti. Ale jednou v noci utekli a sešplhali dolů a těsně nad zemí hyena provaz přetrhla. Když horní konec vytáhli na nebesa, lidské bytosti se tam nemohly dostat, a proto teď když zestárnou tak zemřou.“⁴⁹

Mýtus o rituální královraždě

„...mýtus o králi Mwetsim, který vysvětluje rituální zabíjení *Mamba* („Krále“) Monomotapy ve středověkém Zimbabwe, k němuž prý mělo docházet každé čtyři roky. Podle tohoto mýtu první muž, jehož stvořil nejvyšší bůh Mwari, žil zpočátku pod vodou. Jmenoval se Mwetsi (Měsíc) a přál si žít na zemi, která byla v oněch časech naprostou pouští. Mwetsi začal bédovat a Mwari mu poslal ženu, Jitřní hvězdu, která přinesla trávu, keře a stromy. Stromy rostly, až se svými vrcholky dotkly oblohy a začalo pršet. V tom

⁴⁸ *Mytologie světa: ilustrovaný průvodce*. 1. české vyd. V Praze: Slovart, 1997, s. 267.

⁴⁹ *Mytologie světa: ilustrovaný průvodce*, s. 267.

novém stavu hojnosti Mwetsi postavil dům, udělal si motyku a obdělal zemi.⁵⁰ Bůh Mwari se ale rozhodl, že si vezme Jitřenku zpět a učinil tak.

„Mwetsi nařikal osm nocí, až mu Mwari přivedl novou ženu, Večerní hvězdu, a zároveň Mwetsiho varoval, že směřuje ke katastrofě. Když nastala noc, Večernice mu přikázala, aby za ní přišel na lože. Výsledkem jejich spojení bylo, že porodila slepice, ovce, kozy, skot, antilopy a potom chlapce a děvčata, kteří během jednoho dne dospěli. Večer čtvrtého dne se strhla prudká bouře a Večernice manžela varovala, že je v nebezpečí smrti. Mwetsi se s ní však přesto miloval a ona příštího dne porodila lvy, leopardy, hady a škorpiony. Pátého dne večer Večerní hvězda odmítla se svým mužem ležet. Navrhla mu, aby si místo ní zval své dcery. Učinil tak a jeho dcery porodily ráno děti, které do večera dospěly.

Mwetsi se stal králem početného lidu a Večernice ležela s hadem a stala se neplodnou. Mwetsi ji chtěl zpět, když však k ní lehl, had ho uštkl. Protože zdraví půdy záviselo na jeho vlastním zdraví a protože po hadím jedu onemocněl, přestalo pršet, řeky vyschly a lidi kosila smrt. Aby ukončily toto strádání, rozhodly se Mwetsiho děti svého otce zabít. Uškrtily ho a pohřbily a pak si zvolily nového vládce, aby zemi spravoval.⁵¹

Zvíře hrálo v životech domorodců dvojí roli, jak pozitivní, což byla potrava a tím záchrana života, tak i strach o přežití v případě predátorů, kteří neušetřili žádného člověka včetně dětí.

V Africe je tento projev dvojího vztahu k zástupcům živočišné říše pravděpodobně nejmarkantnější. Život zde vzhledem k obtížné existenci domorodých kmenů a náročnosti klimatických podmínek provázely mýty o zvířatech, ve kterých se odrážel tento postoj.⁵²

⁵⁰ Mytologie světa: ilustrovaný průvodce. s. 271.

⁵¹ Mytologie světa: ilustrovaný průvodce. s. 271.

⁵² Mytologie světa: ilustrovaný průvodce, 1997, s. 277.

Mýty o zvířatech

„Zvířecí postavy se v afrických mýtech hojně vyskytují v četných převlecích a rolích. Mezi nejpopulárnější postavy patří šprýmař, představovaný v západní a střední Africe pavoukem a v oblasti savany na východě a jihu Ešu (nejslavnějším šprýmařem v africké mytologii je západoafrická figurka známá jako Jorubum či Ešu, v Beninu pak jako Elegba či Legba. Říká se, že je odpovědný za všechny sváry mezi lidmi i mezi lidmi a bohy), jsou sami o sobě celkem bezvýznamní a bezmocní, ale svou prohnanost využívají k tomu, aby přelstili mocnější zvířata, jako je lev, hyena nebo slon.

V příběhu, který se vypráví u Zandů ve střední Africe, se pavouk Ture setkává s lidožroutským netvorem, majitelem dvoustranného gongu, kterého užívá jako pasti na lidi. Aby Ture získal netvorovu důvěru, nabídne se, že vlez do gongu, ale nechá paži vystrčenou, takže netvor nemůže gong zavřít. „Ukaž mi, jak se to má dělat pořádně.“ žádá Ture. Netvor jeho žádosti laskavě vyhoví, načež Ture gong přirazí a zabije ho.“⁵³

Některé mýty jsou, díky již zmíněné časté migraci domorodých obyvatel, známé po celém africkém kontinentu. Příklad je legenda o zajíci. „Šibal Zajíc (mimořádně postava, která se se západoafrickými otroky dostala do Ameriky a tam se nakonec stala Kmotrem Králíkem) rozhodne oženit, je však příliš líný obdělávat prosté pole, aby uživil ženu. A tak vymyslí lepší způsob, jak přijít k hotovému; vydá se do pralesa s dlouhým provazem, aby se poohlédl po Hrochovi.

„Milý strýčku,“ říká Zajíc, „rád bych na tebe ten provaz přivázal a podíval se, jestli tě přetáhnu. Až uvidíš, že se provaz napíná, táhni jako zjednaný!“ Hroch odpovídá: „Dobrá, když chceš, udělám to. Ale budeme-li se přetahovat, špatně skončíš a bude tě to mrzet!“ Zajíc uvázal Hrochovi provaz kolem krku a s druhým koncem v ruce šel hledat Slona, kterému namluvil totéž. Pak šel tam, kde byl střed provazu, a škubl jím na obě strany. Hroch a Slon zabrali a jejich zápas trval až do západu slunce; do té doby vyčistili a zkypřili pěkný kus buše, kam Zajíc zasel spoustu prosného zrna.“⁵⁴

⁵³ Mytologie světa: ilustrovaný průvodce, s. 276.

⁵⁴ Mytologie světa: ilustrovaný průvodce, s. 277.

Podle původních obyvatel Afriky se posvátná zvířata zasloužila o vznik světa a lidí. Hlavními příklady jsou všeobecně rozšířený „kosmický had“ a khoisanský duch kudlanky z jihozápadní Afriky. Khosainové připisují vynález slov kudlance nábožné, která podle jejich názoru přinesla rovněž lidem oheň, jež ukradla pštrosovi.

K dalším proslulým nositelům změn patří Bledá liška, která vystupuje v mýtu o stvoření u převážně zemědělských Dogonů z Mali. Bledá liška prý vynalezla zemědělství, neboť ukradla osivo Ammovi, bohu stvořiteli, a zasela je do těla země, své matky. Hlavním důsledkem této krádeže, již se Bledá liška dopustila, byla nutnost očistit půdu, která vyschla, neboť liščí čin se rovnal incestu. Aby lidé zemi očistili, oseli ji zrním, které nebylo kradené, ale které za tímto účelem dostali od boha Ammy.⁵⁵

„Psanec Bledá liška uprchla a uchýlila se do divočiny, která se stala jejím domovem, ale lidé šli za ní a zřizovali a osévali nová pole. Lidé věří, že liščí toulky vedly k šíření lidské civilizace a Amma prý dal lišce schopnost zavádět na světě obojí, pořádek i nepořádek. Vyhnána z lidské společnosti, liška se nyní dorozumívá s lidstvem pomocí písečného orákula, na němž prý nechává otisky svých tlapek, které ukazují lidem cestu do budoucnosti. Jinde v Mali Bambarové přisuzují vynález zemědělství dalšímu zvířeti, antilopě. Praantilopa, kulturní hrdina, byla bohem stvořitelem Farem seslána s nebes, aby naučila lidi umění obdělávat půdu.“⁵⁶

Zajímavé jsou legendy o obstarání ohně, který ochraňoval domorodé kmeny před dravou zvěří. Tento čin se připisuje různým, ale ne dravým zvířatům. Pygmejové vyprávějí, že oheň přinesl pes nebo šimpanz, jiné kmeny mají za to, že jim ho předala včela jako poselství bohů. Křováci líčí, že ho mají od posvátného hmyzu kudlanky nábožné. Afričtí domorodci mají ve svých legendách velkou úctu před zvěří, ale i strach. S rozšiřováním islámu a křesťanství se původní africká náboženství vytrácela a upadala. Některé národy ale stále uchovávají své mýty, které je provázely celým historickým vývojem až dodnes.⁵⁷

⁵⁵ Mytologie světa: ilustrovaný průvodce, 1997, s. 277.

⁵⁶ Mytologie světa: ilustrovaný průvodce, s. 277.

⁵⁷ Mytologie světa: ilustrovaný průvodce, 1997, s. 276

1.10. Austrálie

Austrálie byla osídlena asi před 50 000 lety předchůdci dnešních Austrálců, kteří připluli z jihovýchodní Asie. Do počátku evropského osídlování byli sběrači a lovci. Jejich mýty byly předávány ústně a každý vypravěč si svou verzi částečně upravoval, a tak je jen málo původních legend. Nejčastějším tématem byla smrt a ta následovala po tom, když člověk udělal zlý skutek.⁵⁸

„Murinbatové ze severovýchodní části oblasti řeky Viktorie vyprávějí, jak se Vrána a Krab přeli o to, jaká smrt je nejlepší. Krab říkal, že zná dobrý způsob, a poradil Vráně, aby čekala v táboře, dokud se nevrátí. Našel si díru v zemi, odhodil starý vrásčitý krunýř, vlezl do otvoru a čekal, až bude mít nový. Ve Vráně rostla netrpělivost a po chvíli se šla podívat, co se děje. Když jí Krab uviděl zírat do otvoru, řekl jí, aby ještě počkala. Nakonec se vrátil do tábora v novém krunýři, ale Vrána vykřikla: „Tenhle způsob je moc dlouhý. Já umím zemřít rychleji!“ Rychle obrátila oči dozadu a přepadle nazad. „Ubohá Vrána!“ řekl Krab. Přinesl si trochu vody a tou Vránu postříkal, ale nevzkřísil ji, protože byla opravdu mrtvá. Murinbatové předvádějí zvláštním tancem dvou tanečníků způsoby úmrtí vybrané Vránou a Krabem. Každý z nich se rozhoduje pro tanec a popsáním způsobem lidem představují, že nejlepší smrt pro lidi je ta, kterou ukázala Vrána.“⁵⁹

Častá a dlouhá období sucha nutila domorodce k cestování za vodou, a tak se v tábořištích setkávaly různé kmeny a jejich vyprávění legend a mýtů propojovalo domorodce z různých částí kontinentu. Na skalách po celé Austrálii se dochovaly malby s mýtickými náměty staré tisíce let.⁶⁰

⁵⁸ Mytologie světa: ilustrovaný průvodce, 1997, s. 282.

⁵⁹ Mytologie světa: ilustrovaný průvodce, s. 282.

⁶⁰ Mytologie světa: ilustrovaný průvodce, 1997, s. 282.

1.11. Slované

Ve slovanském náboženství byly jako symboly zahrnuty sošky bohů v lidské i zvířecí podobě. Kultovní místa s četnými hliněnými figurkami zvířat a ptáků byla archeology nalezena v různých částech bývalých slovanských osídlení.

K náboženským symbolům Polabských a Pomořanských Slovanů patřil kůň, s jehož pomocí se věštilo. K účelům kultovním sloužila slepice, vejce, kohouti i kuřata. Vejce bylo vždy a všude symbolem života a na rozdíl od něj kohout a slepice příznakem smrti. Vše se dávalo v pohanské době do hrobů. Postupující křesťanství vytlačovalo představy spojené s kurem jako poslem smrti, ale vejce bylo jako symbol života ponecháno. Červeně, nebo černě obarvená vejce byla nalezena ve slovanských hrobech z desátého století.⁶¹

Podle jedné slovanské legendy z vejce vznikl celý svět. Ozdobné malování vajec bylo posvátnou záležitostí. Každá barva, tvar i znak měly svůj význam a dávaly magickou moc. Červeným vajíčkem mohlo děvče vyjádřit chlapci svou lásku, jiné barvy a znaky mohly zajistit ochranu, dobrou úrodu nebo přivolat zdraví.

Barvy hrály významnou roli v symbolice Slovanů. Červená symbolizovala barvu života, síly, lásky a zralého ovoce. Barva vzrůstu, rozvoje a štěstí byla zelená. Barvu čistoty, obřadu, ale také smrti představovala bílá. Nebesa a léčení měla na starosti modrá barva. Slunce, bohatství, úrodu jak ovoce, tak obilí, ale i medu přivolávali Slované žlutou. Černá barva byla barvou noci a démonů. Na kraslice se malovaly i zvířecí motivy, které měly své symbolické významy. Například motýl vyjadřoval očekávání léta i radosti, včela znamenala píli a následné bohatství, mravenec měl dodat sílu a energii, ježek vynášel nemoci a dělal pořádek a pavouk i s pavučinou znamenali štěstí. Ochranu před nemocemi a zlem zajišťovali jelen, býk, beran i kozel. Orel se sokolem přáli bystrý zrak. Před demony ochraňoval rak a šťastný domov střežily žabí oči.

⁶¹ VÁŇA, 1990, s. 231.

Při různých oslavách nebo svátcích, například slunovratu, chodili koledníci, kteří byli přestrojeni v podobě různých zvířat. Tyto maškarní průvody se zachovaly do dnešních dob.⁶²

1.12. Křesťanství

Původ křesťanských symbolů spadá do období antického Říma, kdy byli křesťané pronásledováni císařskou mocí. Do současné doby se v podzemních stavbách, jež sloužili křesťanům jako úkryty, dochovalo mnoho vyobrazení biblických výjevů různých znamení a zvířecích znaků (ryba, beran, apod.)

Ryba

„Ryba je starý symbol pro jméno Ježíše Krista. Řecky se ryba řekne ICHTHYS. A jednotlivá písmena tohoto řeckého slova tvoří začáteční písmena řeckého označení IESUS CHRISTOS THEOY (H)YOS SÓTÉR – Ježíš Kristus, Boží Syn, Spasitel.“⁶³

Holubice

Holubice je symbolem Ducha svatého a také znamení svatodušních svátků mezilidského míru.⁶⁴

Beran

Beránek patří jako symbol ke křesťanským velikonočním, byl velmi rozšířený již v předkřesťanské tradici v celé středomořské civilizaci, ovládané

⁶² Mytologie světa: ilustrovaný průvodce, 1997, s. 206-213

⁶³ Kambala - dobrovolnické centrum. *O symbolu a názvu centra* [online]. [cit.2012-02-14]. Dostupné z WWW: <<http://www.kambala.zdarsko.cz/okambale.htm>>.

⁶⁴ ROYT, 1998, s.123.

po tisíciletí pastevci, pro které byla mláďata symbolem nového života. V křesťanské církvi se beránek stal symbolem Božího Beránka.⁶⁵

Zajíc

Zajíc má své místo v mnoha náboženstvích, mytologiích - v řecké, egyptské, čínské, kde symbolizuje štěstí, plynoucí čas, krátkost života, či je označován za atribut zmrtvýchvstání. V Bibli je zajíc řazen mezi stvoření maličké, ale moudré, symbolizuje chudé, skromné a pokorné. Křesťanství se k němu staví s jistým odstupem z důvodu jeho používání jako symbolu smyslnosti. V dnešní evropské tradici je považován za někoho, kdo o Velikonocích přináší vajíčka, nejlépe čokoládová. Podle některých výkladů vznikalo toto spojení proto, že zajíc na jaře hledá v blízkosti lidských obydlí potravu a protože je plachý a straní se lidí, je mu připisováno i tajné rozdávání velikonočních vajec. Jiná teorie o vzniku spojení velikonočního zajíce s vajíčkem poukazuje na zvyk, kdy se do chleba upečeného ve tvaru zajíce položilo velikonoční vejce a tím se spojily dva velikonoční symboly.⁶⁶

Had

Had má v křesťanství dva významy. Existuje jako symbol moudrosti, ale zároveň pokušitel, který je d'áblem a člověka svádí na scestí. Každý musí satanovu sílu a původce prvního hříchu v sobě dokázat překonávat. Kříž s hadem je symbolem Kristova vítězství. Kristus přemohl smrt i peklo, rozdrtil hlavu hadovi a tak naplnil proroctví Starého zákona (Gn 3,15) „Kde je, smrti, tvé vítězství? Kde je, smrti, tvá zbraň?“ (1K 15,55)⁶⁷

⁶⁵ Symboly Velikonoc. *Velikonoce - soubor různých textů* [online]. [cit.2012-02-14]. Dostupné z WWW: <<http://www.vira.cz/texty/knihovna/symboly-velikonoc.html>>.

⁶⁶ Symboly Velikonoc. *Velikonoce - soubor různých textů* [online]. [cit.2012-02-14]. Dostupné z WWW: <<http://www.vira.cz/texty/knihovna/symboly-velikonoc.html>>.

⁶⁷ F. M. Dobiáš – Evangelický kalendář 1958. *Řeč symbolů* [online]. [cit.2012-02-18]. Dostupné z WWW: <www.koberice.farnost.cz/view.php?cisloclanku=2007060006>.

Jeřáb

Symbol jeřába již v původních kulturách představoval spojení s bohy. V křesťanství je pak spojován s bdělostí, loajalitou, dobrotou a znamená nastolení pořádků v řeholním životě.⁶⁸

Kohout

Tento pták pro své ranní vítání rozbřesku je nadějí všech dobromyslných lidí na vznik nového dne a tím i uvítání slunce. Byl umíst'ován na věže jako korouhvička, která se otáčí na všechny strany, aby hlídala před zlými mocnostmi. V noci hlídá namísto ztichlých zvonů v čase tmy. Všeobecně znamená vzkříšení.⁶⁹

⁶⁸ LURKER, 1999, s. 113.

⁶⁹ LURKER, 1999, s. 124-126.

2. ZÁKLADNÍ POJMY

2.1. Symbol

Výraz symbol má původ v latinském slově „symbolum“, které pochází z řeckého „symbolon“, což znamená „poznávací znamení“ nebo „odznak“. Odvozeninou je pak „symballein“ znamenající „dát dohromady“ nebo „spojit“. Poznávacím znamením v té době byl předmět rozdělený na dvě části, které do sebe musely zapadat při identifikaci osob.

Je to tedy označení, kterým se vyjadřuje význam něčeho, co je potřeba zdůraznit a bude s tím napříště spojováno. Symbol zprostředkovává spojení mezi verbálními a vizuálními podněty. Vyjadřuje určitou formu čtení mezi řádky a pomáhá nahlížet „za věci“.

Ve svém vývoji má tři aspekty

- a. je přenášen tradicí,**
- b. je reprezentativní,**
- c. je volně vytvořen.**

„Z marketingového pohledu symbol slouží jako prostředek k vytváření a proměňování pozice produktu ve vnímání spotřebitele, diferencuje ho a hraje důležitou roli i při posilování či obohacování image.“⁷⁰ Podobný význam pak má samotný produkt, který sám určuje vlastní skupinovou příslušnost.

Symbol také vymezuje vztah mezi dvěma objekty – produktem a spotřebitelem. Tento vzájemný vztah, na jedné straně tvořen významem, a na druhé pak jeho interpretací, provází proces šifrování, který vymezuje základní problém volby správného symbolu. Je jistě nežádoucí nesprávné pochopení významu symbolu ze strany cílového subjektu. Do hry vstupují vnější vlivy dané rozdílným chápáním symbolu v jednotlivých kulturách.

V umění má pak symbol ojedinělé poslání a je jím vyjadřována nadčasovost v umělcově tvorbě.

⁷⁰ VYSEKALOVÁ, Jitka. *Image a firemní identita*. 1. vyd. Praha: Grada, 2009, s. 35.

2.2. Značka

Značka vznikla různým propojením několika identifikujících znaků v jednom celku, kterým se bude prezentovat ten, kdo jej chce používat a díky němu se vtisknout do podvědomí ostatních. Kombinovat lze názvy, obrazy, symboly a další výtvarné projevy s cíleným užitím barev, grafiky a stylizace.

Značky se dělí na tři základní skupiny:

1. **obrazové,**
2. **slovní,**
3. **kombinované.**

Značky mají vyjadřovat charakter firem a organizací s použitím co nejjednodušších výrazových nástrojů. Cílem je lehká a nezaměnitelná asociace produktů, které zastupuje, a tím dosažení daného účelu. Patří mezi marketingové nástroje a pomáhá zvýšit důvěryhodnost a profesionalitu v očích zákazníků. Velmi se zde využívá poznatků z psychologie. Vysekalová⁷¹ uvádí termín „osobnost značky“, která představuje její hodnotu pro spotřebitele a určuje její jedinečnost. „Osobnost značky je jednou z charakteristik, které vytvářejí identitu značky, vymezují její podstatu.“⁷²

Vysekalová⁷³ hovoří o třech základních funkcích značky:

- **Funkce identifikace.** Značka umožňuje určit konkrétní produkt na základě specifických znaků.
- **Funkce garance.** Značka představuje měřítko kvality, která je zákazníkem očekávána. V případě, že není možné objektivně změřit kvalitu, dává značka určitou míru jistoty.
- **Funkce personalizace.** Značka vyjadřuje zařazení k určité sociální skupině.

Vnímání značky má také bezprostřední souvislost se společenskými změnami ve světě. Tak jako se mění role marketingu, přisuzuje se obchodní značce větší důraz na sdělenou emoci. „Jde o „obsazení“ určitého prostoru

⁷¹ VYSEKALOVÁ, 2007, s. 234.

⁷² VYSEKALOVÁ, Jitka. *Image a firemní identita*. 1. vyd. Praha: Grada, 2009, s. 27.

⁷³ VYSEKALOVÁ, 2009, s. 27.

v mysli spotřebitele.“⁷⁴ Určitá značka tak podvědomě zaujme dominantní místo pro konkrétní typ produktu. Je na obchodních společnostech tento fakt zohlednit při bližším zaměření svých strategických cílů.

2.3. Logo

Termín pochází z řeckého „logos“ a znamená slovo nebo pojem. Označuje organizace, společnosti, firmy nebo instituce v originálním grafickém provedení, je uváděno na produktech dané firmy, pomáhá tak k rozeznávání značek.

„Kvalitní firemní logo musí splňovat mnoho požadavků. Představuje konstantu sloužící k jednoznačné identifikaci daného subjektu, má určitou signální funkci a je důležitým prvkem pro všechny komunikační aktivity.“⁷⁵

V procesu jeho vytváření se zohledňuje jeho emocionální a informační funkce. Je důležitým motivačním faktorem, kdy vyvolává emoce a zároveň zprostředkovává informace o konkrétním subjektu a vyjadřuje jeho jedinečnost. Zpravidla je logo součástí značky.⁷⁶

„V začátcích vzniku moderních značek měla obchodní jména často osobitý rukopis, podobně jako podpis, což platí i dnes. Aby těmto slovním znakům zákazníci rozuměli, museli být vzdělaní, takže bylo běžnou praxí připojit k psanému slovu i piktogram, který by pomohl snazšímu prosazení na trhu; tím se dostaly do popředí zájmu i produkty, které neměly žádné charakteristické názvy. Často stačilo použít jednoduché geometrické tvary.“⁷⁷

Obrazce jako trojúhelník, kruh, či hvězda, stojící osamoceně, tvoří pouhé ikony. Při kombinaci s určitým jménem však vytvářejí vyšší celek.

⁷⁴ VYSEKALOVÁ, Jitka. *Image a firemní identita*, s. 29.

⁷⁵ VYSEKALOVÁ, Jitka. *Image a firemní identita*, s. 49.

⁷⁶ VYSEKALOVÁ, 2009, s. 49.

⁷⁷ HEALEY, Matthew. *Design loga: analýza úspěchu 300 mezinárodních značek*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2011, s. 6.

Ikona se tak mění v logo v okamžiku spojení symbolu s významem. To je velmi důležité v procesu vytváření značek.⁷⁸

Je tedy zřejmé, že logo je nedílnou součástí obchodní značky. V moderní době nastupuje proces minimalizace a zjednodušování. Původní ilustrace, doslovné znázornění obsahu obchodní značky, již není pravidlem. Často se objevují pouhé iniciály či jména bez vizuálních prvků. Dále se přidávají typografické styly, jež jsou používány na firemních materiálech, jako jsou propagační letáky, obchodní dokumenty či internetové stránky.

Healey⁷⁹ rovněž formuluje některé principy tvorby loga, které lze nazvat nadčasovými. „Logo:

- musí mít tvar a barvu,
- bude mít obvykle typografický prvek vyjadřující název,
- musí být variabilní, aby ho bylo možné používat v různém kontextu,
- obsahuje vizuální symboliku či ikonografii, která je univerzální i kulturně specifická.“⁸⁰

Proces návrhu loga zohledňuje několik aspektů, jako je požadavek na vnímání subjektu, naplnění jeho strategických cílů a zohlednění jeho možností, zejména ekonomických, apod. Účelem je tak nalezení optimální kombinace jednotlivých prvků loga.

2.4. Sémiotika

„Sémiotika, věda o znacích, nebyla dlouhou dobu uznávána jako věda. Od 16. století byla sémiotika lékařskou metodou, na jejímž základě se rozeznávaly symptomy nemocí. FERDINAND DE SAUSSURE (1857-1913) psal o sémiotice ještě roku 1916 jako o „dosud neexistující vědě“.

⁷⁸ HEALEY, 2011, s. 6.

⁷⁹ HEALEY, 2011, s. 7.

⁸⁰ HEALEY, Matthew. Design loga: analýza úspěchu 300 mezinárodních značek, s. 7.

Už v roce 1938 se však nauka o znacích stala natolik vůdčím tématem mnoha vědeckých oblastí, že CHARLES W. MORRIS (1901-1979) prohlásil:

„Je sporné, zda byly značky vůbec někdy zkoumány tolika lidmi z tolika nejrůznějších perspektiv. K armádě badatelů patří lingvisté, logikové, filozofové, psychologové, biologové, antropologové, psychopatologové, esteticí a sociologové.“

Sémiotika jako vůdčí věda

Sémiotika se ukázala jako strukturní nebo vůdčí věda, která podle NOTHA obsahuje celkem deset dimenzí:

1. semióza (tvorba znaků)
2. kognice (rozeznávání znaků)
3. komunikace (zprostředkování znaků)
4. fyziokosémiotika (materiální svět)
5. ekosémiotika (znaky v okolním prostředí)
6. biosémiotika (znaky živých bytostí)
7. zoosémiotika (zvířata a znaky)
8. evoluce semiózy
9. prostor
10. čas

Sémiotika jako věda nemá pouze jedny dějiny. Spíše vždy existoval značný pluralismus teorií. Jejich tvůrci navíc používali jako profesionální uživatelé znaků vlastní výtvořky, které znesnadňovaly přehledné zachycení celkového obrazu.⁸¹

„Zjišťování toho, jaké významy jsou přisuzovány určitým objektům na základě daných symbolů, označujeme jako sémiotickou či sémantickou analýzu.“⁸²

Zvířecí říše patří od pradávna ke známému a srozumitelnému prostředí v okolí člověka, a proto symboliku zvířat používal a používá dodnes. Poznat,

⁸¹ FROTSCHER, Sven. 5000 znaků a symbolů světa: podrobný výklad s barevnými ilustracemi. 1. vyd. Praha: Grada, 2008, s. 21.

⁸² VYSEKALOVÁ, Jitka. Image a firemní identita, s. 35.

co říkají znaky vyobrazených zástupců živočišné říše, a znát význam tohoto oslovení je určitě prospěšné a potřebné. Již děti chápou, co je na obrázku a zda je jim to příjemné, aniž by potřebovali znát obsah u značek napsaného textu. Jasně označené a zvířecím motivem ztvárněné pokyny rozluští a v případě, že je znázorněno i nebezpečí, chápou zcela jasně, co mají dělat a na co je symbol upozorňuje.

Zvířata na štítech nebo v erbech jednotlivých rodů či celých států byla vždy vyjádřením společenského celku jimi znázorněných vlastností.

PRAKTICKÁ ČÁST

3. VYBRANÁ ZVÍŘATA JAKO LOGA SVĚTOVÝCH ZNAČEK

3.1. Lev

Ve všech kulturách byl lev spojován s mocí a vládou. Lovení tohoto zvířete bylo například v Asýrii výsadou pouze králů, v Africe je obraz lva stále ztělesněním náčelnické moci.

Křesťanství zobrazení lva převzalo a změnilo jej v „Judova lva“, symbol Krista.

V některých případech byl Buddha vyobrazen jedoucí na lvu, který zdůrazňoval jeho spirituální osvícenost a horlivost.

Divocí lvi v přírodě však představu o odvaze naplňují jen málokdy. Zjistilo se, že asi sedmdesát procent úlovků, které se připisovaly lvům, byly ve skutečnosti oběti hyen, které pak lvi smečky odehnaly. Jedinou opravdovou vlastností králů je lví lenost. Tyto šelmy spí až 18 hodin denně. V řeckých bájích je lev symbolem plenění, moci a smrti, kterou dokázal přemoci pouze Herkules, když skolil strašlivého numidského lva. Jako znak vítězství si ponechal lví kůži. Díky přisuzované statečnosti a síle se z něj stal v egyptské a řecké mytologii strážce podsvětí. Staří Řekové jeho sochy tesali na náhrobní kameny hrdinů padlých v boji. Ochraňoval duše zemřelých a odháněl od nich zlé duchy. Živé pak bránil před duchy zemřelých tím, že nepouštěl stíny mrtvých z jejich hrobů. V roli ochránce byl zpodobňován i na sumerských hrobech, jako zástupce boha války Nergala.⁸³

Lev je panovnický symbol. V heraldice bývá velmi často zastoupen. V bajkách je označován za „krále zvířat“. V astrologii je souhvězdí Lva spojeno se Sluncem. Důvodem bude pravděpodobně jeho síla, zlatavá barva

⁸³ SAUNDERS, 1996, s. 62.

jeho srsti a okázalá samcova hříva, která připomíná sluneční paprsky. O lvu se tvrdí, že může hledět do slunce bez zamhouření očí. Vzhledem k maskulinním znakům doprovází velké bohyně (například Kybelé, Artemidu nebo Fortunu). Egyptskou bohyni Sachmet zobrazovali v podobě lvice a boha Rea jako lva se sluncem na hlavě. Zřejmě i nebe původně představoval lev, který večer co večer polyká slunce. V antice byli bohové a hrdinové, například Herkules, nezřídka zobrazováni jako přemožitelé lvů, aby tak oslavovali vítězství člověka nad zvířaty, i těmi nejsilnějšími. V křesťanské symbolice nemá lev jednoznačný význam, symbolizuje jednak sílu kmene Juda, jednak je symbolem pohlcujícího odpůrce, před nímž může ochránit jedině sám Bůh. Kristus bývá často prezentován jako vítěz nad zvířecími personifikacemi.

Ve východní Asii se lvi v přírodě nevyskytovali, a proto byli známi jen z vyprávění. Název pro lva (𐎠𐎺𐎩) je odvozen z perského šir. Lvi kreslení na obrazech nebo ztvárnění jako sochy připomínají křížence psa se lvem. Vchody do chrámů střeží dva stylizovaní lvi, vlevo samec, jehož jedna tlapa spočívá na kouli, a vlevo samice, která má pod tlapou lvíče. Koule měla znázorňovat jednotu císařství a mládě jeho budoucnost.

V ikonografii je lev symbolem základního principu síly. Červený lev je symbolem kamene mudrců. Lev je symbol buď v pozitivním smyslu jako vzor hrdiny nebo v negativním jako symbol ďábla. Symbolika v psychologii vidí lva jako tvora se značnou a přitom suverénně ovládanou energií, schopného soustředit ji na jediný cíl. Lev se zvednutou hlavou, představuje srovnání s obrazem mohutné a nebezpečné síly, s přílivem energie, kterou bychom měli ve svém životě uplatnit.⁸⁴

MGM

Společnost MGM je celosvětově známá svým logem legendárního řvoucího a hrdého lva. Byla založena v dubnu 1924 magnátem divadla Marcusem Lowem, který zorganizoval sloučení Metro Goldwyn Pictures Corp.

⁸⁴ BIEDERMANN, 2008, s 185-187

a Louis B. Mayer Productions. Vizionář Louis B. Mayer a výrobní génius Irving Thalberg dokázali vytvořit takové studio, o kterém se říkalo, že přilákalo více hvězd, než je na nebesích. Během tří tzv. zlatých desetiletí od roku 1924, kdy byla přijata ochranná známka, do roku 1954, Culver City studio dominuje filmu. Od svého založení v roce 1924 se společnost pyšní tím, že tvořila filmovou historii a zábavu, která nemá obdoby, a tak bavila a fascinovala publikum na celém světě. Díky svým pomocným studiím Metro-Goldwyn-Mayer Studios Inc. je MGM aktivně zapojeno do produkce a distribuce zábavných pořadů, které zahrnují filmy, televizní pořady, domácí video, interaktivní média i licencované reklamní předměty.

Společnost MGM zanechala nesmazatelnou stopu v Hollywoodu, revoluční novinku pohyb-Picture. Nabízí filmařům i podíl na ziscích filmů. V roce 1981 se United Artists připojil k rodině MGM a prosperoval jako člen hrdého lva. MGM se může pochlubit celkem 205 cenami Academy Awards.

Logo společnosti bylo navrženo Howardem Dietzem, který byl publicistou pro různá studia a později i pro MGM. Navrhoval maskota i na Columbia University. Původní lev Leo byl v Goldwyn Picture od roku 1924 až do roku 1928. Tento lev byl použit ve všech filmech vyrobených v éře němého filmu.

I když každý z lvů byl nazýván Leo, bylo původní jméno prvního lva Lamely. Lamely byl cvičen tehdy slavným trenérem zvířat v Hollywoodu Volneym Pheifferem. Phiffer učil lvi vrčet na povel. Lamely se stal oficiálním maskotem Studia a byl poslán na více než 2000 osobních vystoupení po celé zemi, včetně pobytu na světovém veletrhu v Chicagu v roce 1933. Lamely zemřel v roce 1936 a je pohřben na staré farmě ve městě New Jersey. Lamely byl první lev, který vystupoval jako oficiální logo MGM v letech 1924-1928.

Následovalo několik dalších lvů, včetně několika externích lvů, kteří byli najati, když bylo potřeba přivést živé zvíře do studia. Další lev, který se objevil v logu MGM, byl lev Jackie. První zaznamenaný zvukový řev lva byl od Jackieho a byl slyšet v úvodu filmu Bílé stíny z jižních moří v roce 1928, kdy se na plátně promítla fotografie lva, a ze zvukového záznamu byl pouštěn

řev lva. První obrazový záznam pohybujícího se lva včetně zvukového projevu se objevil v roce 1932 ve filmu Technicolor.

V roce 1934 v nově upraveném logu se objevil lev jménem Tanner, který se objevoval až do roku 1956 a stal se nejčastěji používaným lvem během zlatého věku Hollywoodu pro MGM. Oba lvi, Tanner i Jackie, přežili přes různé změny v designu a podobě loga MGM, včetně přechodu na širokoúhlé plátno v roce 1953. Tanner vystupoval v logu MGM v letech 1934-1956.

V letech 1956-1958 byl v logu používán lev jménem Maned, který se proslavil ohromnou hřívou.

Lev, který v současné době vystupuje v ochranné známce MGM, je poslední v dlouhé řadě lvů. Ačkoli není zveřejněné ani jeho jméno nebo ostatní informace, je jisté, že je tento lev používán déle než všichni ostatní předchůdci a je dnes vidět a slyšet na začátku všech filmů společnosti Metro-Goldwyn-Mayer. V posledních letech zaznamenala značka četné změny v barvě, velikosti, designu i písmu, ale známý obraz řvoucího lva zůstane základem pro filmy MGM.

Dnes se může MGM pochlubit impozantní sbírkou složenou z titulů z United Artists, s přibližně 4100 filmy, více než 10.400 hodinami televizních pořadů, nejdelší a nejvýnosnější historií v oblasti filmového průmyslu.⁸⁵

Obrázek 6 Současné logo MGM



Zdroj: <http://www.mgm.com>

⁸⁵ Z materiálů poskytnutých PR oddělením společnosti Metro-Goldwyn-Mayer Inc.

Peugeot

Poprvé se logo lva objevilo v roce 1850 na značce Peugeot pro označení výrobků, kterými byly pilové kotouče z oceli. Jules a Emile PEUGEOT, kteří založili společnost Peugeot Frères, oslovil Juliena Blazera, zlatníka a rytce ve francouzském regionu Franche-Comté, aby navrhl logo pro výrobky značky PEUGEOT, ačkoliv v té době něco jako logo bylo neznámým pojmem. Ve svém návrhu lva vyzdvihl tři vlastnosti, kterými vyjadřoval tuhost zubů, pružnost čepelí a rychlost řezu. Zvíře bylo vybráno kvůli jeho snadnému srovnání s pilami PEUGEOT, protože má silné zuby jako lev, čepele pružné jako jeho páteř, rychlost řezu stejnou jako je rychlost lva. Jako logo firmy bylo zaregistrováno v roce 1858, přesně 20. listopadu, a po mnoho let bylo spojováno s výrobou nástrojů.

Rok 1889 byl historickým přelomem pro značku, protože bylo vyrobeno první vozidlo, kterým byla tříkolka nesoucí název Peugeot. Tento výrobek byl výsledkem spolupráce mezi Leonem Serpolletem, odborníkem na parní stroje, a Armandem Peugeotem. Lev byl stále zobrazen na nástrojích a jízdních kolech.

V letech 1905 až 1915 byl profil lva na značce vozů Peugeot Lion vyrobených Peugeot Bros. Po sloučení v roce 1910 se objevovali lvi Baudichon v roce 1923 a Marx v roce 1925 pojmenovaní po jejich tvůrcích. Byli uznáni za opravdová umělecká díla.

Heraldický lev se objevil na automobilu Peugeot 203 v roce 1948. Úmyslem autorů bylo ztvárnit lva vzpínajícího se na zadních nohách, což byl lev v erbu města Franche-Comté, které je považováno za kolébku podnikání.

V roce 1965 vznikla holdingová společnost pod názvem Peugeot SA a začaly padat návrhy na změnu loga. Prvním námětem byla hlava lva na trojúhelníkovém štítu. O tři roky později hlavu zarámovali do čtverce, a tak vzniklo logo známé jako heraldický lev.

Dvě značky PSA Peugeot a Citroen holdingová společnost se spojily v roce 1976 v novou společnost, kterou pak koupil Chrysler Corporation. Bylo zaznamenáno mnoho tlaku zrušit identitu značky Peugeot. Pro posílení své

image se Peugeot vrátil ke svému heraldickému lvu s vytříbeným designem nazývaným Lion fil. Nejlepším zástupcem této nové vizuální identity byl Peugeot 205 prodáváný od roku 1983.

Peugeot změnil vizuální styl loga znovu v roce 1998. Tentokrát to byl lev s velkými tlapami, což mělo zdůraznit vyjádření síly a rovnováhy těchto šelem. Modrá barva oka zdůrazňuje dlouhodobý výhled kvalitní výroby. Lev v této podobě symbolizuje jistotu, dynamičnost, estetičnost a je zahrnut v návrzích nejnovějších modelů.

Od roku 2002 se logo znovu dotváří v tak zvanou Modrou značku, aby se lépe odrážely ambice značky Peugeot. K modré je přidán černý stín, aby byl zdůrazněn vyvážený tvar a proporce. Přesný stín lva znamená jednotu, která vytváří sílu.

Za století a půl ztělesňuje hrdý symbol lva představu o kvalitě spojené s Peugeotem ve všech výrobcích, od náradí až po automobily.

V současné době jsou automobily značky Peugeot distribuovány ve více než sto padesáti zemích a jejich lví znak je všeobecně uznáván. Věhlas lva je všeobecně respektován a jeho obraz zůstává úzce spojen se jménem PEUGEOT.⁸⁶

Obrázek 7 Současné logo Peugeot



Zdroj: <http://www.peugeot.com>

⁸⁶ Info Presse. *150 Years of the Lion* [online]. [cit.2012-02-24]. Dostupné z WWW: <<http://www.peugeot.com/media/739128/150-ans-du-lion-en.pdf>>.

Holden

Logo automobilky Holden je přezdíváno "Holden lev a kámen". Hraje velmi důležitou roli v identitě firmy. V roce 1928 byl Rayner Hoff pověřen návrhem loga společnosti. Jeho výběr loga odkazoval na prehistorické bajky. Symbol silného lva, jak převaluje velký a těžký kámen, naznačuje sílu motorů, která hýbe koly. Logo změnila automobilka Holden v roce 1948, následně pak v roce 1972 a naposledy změnilo logo design v roce 1994.⁸⁷

Obrázek 8 Současné logo Holden



Zdroj: Materiály poskytnuté PR oddělením společnosti GM Holden Ltd.

ING

Logem ING je oranžový lev. Historie tohoto znázornění je motivována národně-historickými atributy Nizozemska. Oranžová barva je národní barvou a lev je národní symbol země. Několik zakládajících ING společností, bank a pojišťoven mělo nebo stále má lva ve svém logu.

Jedna ze zakládajících společností ING-Rijkspostspaarbank byla založena v roce 1881. Protože byla ve vlastnictví státu, měla ve svém znaku nizozemský znak lemovaný dvěma lvy. Logo má ve volném překladu vyjadřovat lva, který svou silou peníze uchopí a udrží.

V letech 1950 až 1960 byla založena další ING společnost, Nederlandsche Middenstandsbank (NMB), jež začala také toto logo používat na svých oficiálních dokumentech a tiskovinách.

⁸⁷ Z materiálů poskytnutých PR oddělením společnosti GM Holden Ltd.

Logo bylo modernizováno několikrát v průběhu fúze Rijkspostspaarbank, Postcheque, Girodienst do Postgiro a Rijkspostbankspaarbank, která vyvrcholila v procesu privatizace jako Postbank v roce 1986. Lev ve skoku se změnil v ležícího lva, neztratil nic ze své divoké hřívy, ale byl mu prodloužen ocas.

Původní pojišťovny, De Nederlanden van 1845 a Nationale Levensverzekering-Bank, měly lvy ve svém logu. Po dlouhou dobu De Nederlanden van 1845 používá nizozemský erb. Nationale Levensverzekering-Bank měla logo zobrazující pannu se lvem u nohou, symbolizující odvahu společnosti při péči o spořitelní vklady svých klientů. Tyto dvě společnosti se spojily a vznikla společnost Nationale-Nederlanden.

Bylo zájmem všech společností, které v průběhu dalších let zfúzovaly, aby lev zůstal v logu. Současné logo – oranžový lev – stále zdobí nadnárodní společnost ING.⁸⁸

Obrázek 9 Současné logo ING



3.2. Jaguár

V roce 1519 španělský dobyvatel Cortés vstoupil do zoologické zahrady aztéckého vládce Montezumy, spatřil zde podle jeho záznamů lvy, tygry a leopardy. Lvi byli ve skutečnosti pumy, leopardi byli ve skutečnosti jaguáři a tygry nepřipomíná žádná kočkovitá šelma žijící v Americe. Pro svou velikost a loveckou vášň bývá jaguár často nazýván pánem zvířat nebo pánem duchů. V horách ve skalách žije puma, která měla velký význam pro říši Inků.

⁸⁸ The history of the ING lion [online]. [cit.2012-02-25]. Dostupné z WWW: <<http://www.ing.com/Our-Company/About-us/History-of-ING/History-of-ING-lion.htm>>.

Inkové sami sebe zobrazovali jako pumu sedící vysoko v pohoří And. I zde byl jaguár považován za nejsilnějšího ze všech kočkovitých šelem. Jaguár se rád vrhá do vody, za kořistí i pro zábavu, a tak obýval ústí řek, kde žili domorodci, a ti jej po poznání jeho způsobu života začali spojovat s deštěm. Tím mu přříkli moc nad ovládáním úrodnosti půdy. Vznikla u nich postava člověka-jaguára. Jaguár je i dnes u jihoamerických Indiánů, žívících se lovem a sběrem, mystickým partnerem šamanů, kteří se při nočních obřadech do této šelmy převtělují podpoření různými halucinogeny. V této nadpřirozené živočišné podobě šaman putuje po džungli, ze které se vrací a přináší s sebou buď nemoc, smrt a neštěstí, nebo se naopak staví na odpor těmto negativním jevům a odhání je. Ti nejlepší šamani se podle místních pověr po své smrti stávají opravdovými, mocnými a uctívanými jaguáry.

„Jaguáří kožešina, drápy, tesáky i samotné jeho jméno jsou znakem společenského postavení a náčelníci je používají pro své rituální výstroje. Jaguár představuje hlavní námět umění a ústřední prvek víry největších amerických předkolumbovských civilizací, jako byli Mayové a Aztékové, pro něž byl jaguár symbolem vznešenosti a majestátu.“⁸⁹

„Aztékové ve Střední Americe uctívali jaguára jako božstvo. Věřili tomu, že když někdo zabije jaguára a oblékne si jeho kůži, získá jeho obrovskou sílu.“⁹⁰

Jaguár

Vozy automobilky Jaguar jsou známé svým elegantním designem a silnými sportovními výkony. Již v roce 1920 ve Spojeném království dva mladí motocykloví nadšenci William Lyons a William Walmsley založili společnost, která se původně jmenovala Swallow sidecar se zkratkou SS. Po ukončení války v roce 1945, v důsledku nepříznivě evokujících rysů iniciál SS, společnost převzala jméno Jaguar Cars Ltd.

⁸⁹ SAUNDERS, Nicholas J. *Mytická síla zvířat*, str. 66.

⁹⁰ POLLARD, Michael. *Encyklopedie koček*. Praha: Slovart, c2004, str. 133.

V roce 1922 začala firma s tvorbou populárních hliníkových sajdkár pro motocykly a postupně přešla na výrobu osobních vozidel. V roce 1998 Ford Motor Company koupila Jaguar Cars Ltd. a poté, v roce 2008, jej získala indická společnost Tata Motors Ltd.

V současné době Jaguar zvýšil svou skvělou pověst díky kvalitě. Pro uspokojení mnoha zákazníků společnost vyrábí elegantní a rychlé vozy všech typů včetně XJ a XK a XF.

Profesionální logo značky Jaguar bylo poprvé vidět v roce 1935 na prvním automobilu nového stylu sedanů a je známé jako slavná, divoká kočka jaguár skákající přes název, kterým je ochranná známka Jaguár. Tvar loga Jaguar se tedy skládá z jaguára skákajícího přes název společnosti a tím vyjadřuje rychlost a jednoduché ovládání vozů vyráběných touto společností. Černá barva v logu Jaguar se velmi dobře hodí pro celkovou prezentaci firmy a celkový dojem působení na veřejnost. Podtrhuje také fyzické dispozice jaguára a použití fontu písma Algebra je také promyšlené a formálně zpracované.

Výběrem tohoto loga se pyšní automobilka Jaguár oprávněně, je velmi elegantní a správně zobrazuje obraz společnosti vyrábějící jedny z nejelegantnějších a nejrychlejších vozů na celém světě, což je všeobecně uznáváno.⁹¹

Obrázek 10 Současné logo Jaguar



Zdroj: Materiály poskytnuté společnosti Jaguar Land Rover Austria GmbH.

⁹¹ Z materiálů poskytnutých PR oddělením společnosti Jaguar Land Rover Austria GmbH.

Puma

Značka Puma, oficiálně známá jako PUMA AG Rudolf Dassler Sport, je nadnárodní společností založenou v Německu. Vyrábí velmi kvalitní sportovní obuv a další potřeby a oblečení pro sportovce. Společnost se proslavila svými proslulými kopačkami. Bratři Adolf Dassler a Rudolf Dassler vlastnili firmu Adidas. V roce 1948 se Rudolf Dassler oddělil od mateřské firmy Adidas a vytvořil svou vlastní společnost s názvem Puma. Ta se stala třetím největším výrobcem sportovních potřeb na světě po Nike a Adidas. Dnes vyrábí a prodává obrovskou řadu potřeb pro sport a volnočasové aktivity. PUMA distribuuje své výrobky do více než 80 zemí na celém světě. Sponzoruje více než 30 národních fotbalových týmů z celého světa. Společnost také sponzorovala výkonné sportovce, jakými jsou například mezinárodní fotbalové hvězdy Pele, Johan Crujff, Enzo Francescoli, Diego Maradona a Lothar Matthäus. Puma je také hlavním výrobcem obuvi pro milovníky rychlé jízdy a vyrábí pro ně i závodní obleky. Má velmi promyšlený koncept svých výrobků, a tak postupovala i při tvorbě svého loga. Poprvé bylo vytvořeno v roce 1948 a je v této podobě, pouze s malými úpravami, používáno dodnes. Je to kombinace symbolické ikony a tučných písmen. Logo představuje skákající pumu, která je aktivní ve dne i v noci. Je to silné zvíře a vynikající lovec, který může skočit do vzdálenosti až 20 metrů na jeden odraz. Zobrazením zvířete pumy v logu chtěla společnost vyjádřit komplexní význam svých sportovních výrobků a silné identity. Značka Puma sama charakterizuje spolehlivost této značky a významnou pozici svých výrobků na celosvětovém trhu.

Obrázek 11 Současné logo PUMA



Zdroj: Materiály poskytnuté PR oddělením společnosti The PUMA Group.

Značka Puma je multifunkční a lze ji použít pro různé účely při zachování její původní neporušené identity. Velikost a barva pozadí ve značce Puma nemůže být upraveno nebo změněno bez změny její integrity. Logo Puma efektivně reprezentuje společnost a její produkty.⁹²

3.3. Labuť

Labuť byla ve starověku významné symbolické zvíře, ohebný krk a bílé peří z ní dělaly vzor vznešené čistoty. Báje vypráví, že si Zeus zvolil právě podobu labutě, když se chtěl přiblížit ke své vyvolené, bezelstné Lédě. Je zajímavé, že zpěv labutě zpěvné, která se na rozdíl od nezpěvavé velké labutě, vyskytuje jen na severu, velebí už Homér. Labuť je spojována i s Apollónem, kterého uctívá severní mýtický národ Hyperborejců. Labuť nese boha vzduchem po jeho zrození a může díky jeho síle předpovídat a věštit. V některých případech je označována za protivníka a nepřítele orla a hada. Původ proslulé labutí písně, jak se označuje významné poslední dílo velkých osobností, je přisuzován tomu, že umírající labuť zpívá. O tom se zmiňuje už Aischylos (525-456 př. n. l.). Labuť zpěvná skutečně vydává silný vysoký a slabší hluboký hlas, a to i před umrznutím. Když tento zvuk vydává několik labutí najednou, působí jako zpěv. Pokud podle germánské mytologie mladé ženy zemřely jako panny, mohly se proměnit ve věštící labutí dívky. Podle křesťanského učení je labuť zpěvná symbolem Spasitele trpícího na kříži. V pohádkách mnohých národů se objevují labutí panny, které se dokážou svléci ze svých péřových šatů a proměnit se v dívku, jež většinou omámí svou krásou některého mládence. Výtvarní umělci často malovali bohyně Afroditu a Artemidu v doprovodu labutí.⁹³

⁹² Z materiálů poskytnutých PR oddělením společnosti The PUMA Group.

⁹³ SAUNDERS, 1996, s. 122-123

V alchymistické ikonografii znázorňuje labuť princip prchavosti, jakou má rtuť nebo síra. Vyskytuje se často i v heraldice. Ve znaku ji mají například města Boulogne-sur-Mer, Cvikov, Broumov, Chrastava, Černošín a další. Roku 1440 byl založen pruský rytířský labutí řád, který po reformaci křesťanské církve upadal. V roce 1843 se jej německý král Friedrich Wilhelm II. pokusil obnovit jako charitativně světský řád, ale neuspěl.

„Svérazné negativní hodnocení labutě nacházíme ve středověkých bestiářích. Poukazuje se v nich na to, že mají sice sněhově bílé peří, zato však „zcela černé maso“: „Tím je labuť obrazem pokrytce, jenž bílým rouchem zastírá své černé maso hříchu. Když se zbaví bělostného peří, opéká se její černé maso v ohni. Tak je pokrytec po smrti zbaven veškeré světské nádhery a sestupuje do ohně pekelného.“ (Unterkircherů). Naopak Böckler (1688) píše, že napadené labutě útočí dokonce i na orly. „Jsou mezi ptactvem vodním královnami, navozují dojem bílého míru.“ Tato poetická formulace nám evokuje labutího rytíře.“⁹⁴

„V kulturách Asie i Evropy vycházela symbolika labutě z jejich přirozených vlastností. Pro svou čistotu, bělost a pohyblivost byla považována za symbol světla, čistoty a vznešenosti. Naopak černá labuť zosobňovala magické negativní principy.“⁹⁵

Swarovski

Swarovski je jedním z největších světových výrobců křišťálových šperků. Vyrábí však také komponenty různých tvarů a velikostí, které dodává dalším výrobcům pro použití na jejich výrobcích, například na oblečení a na různém spotřebním zboží. Tito výrobci pak označují své produkty jako výrobky s krystaly nebo prvky Swarovski.

Swarovského módní šperky jsou vytvořeny z krystalů špičkové kvality. Mimořádného lesku je dosaženo nastavením krystalů do těsné blízkosti a různými vhodnými polohami usazení, také však zajištěním nejvyšší možné

⁹⁴ BIEDERMANN, H. *Lexikon Symbolů*, s. 181-182.

⁹⁵ ROYT, Jan. *Slovník symbolů: Kosmos, příroda a člověk v křesťanské ikonografii*, s. 127.

přesnosti, konstrukční kvality, konzistence a nepřekonatelného kontrastu světla a stínů. Všechny kovové díly jsou pokovovány a obsah niklu v nich odpovídá evropským normám. Jsou také podrobovány přísnému testování na alergen. Krystaly Swarovski se vyrábí v závodě ve Wattens v Rakousku, kde každý krystal podléhá těm nej přísnějším kontrolám kvality. Přesný recept a podíl křemenu, písku a minerálů zůstává tajemstvím, jež společnost dostala jako odkaz zakladatele firmy Daniela Swarovského a jeho tří synů. Tato rodinná firma zůstala zcela nezávislá od svého založení ve městě Wattens v Rakousku v roce 1895. Společnost čerpá své bohatství z kulturního dědictví střední Evropy. Dnes jméno Swarovski představuje symbol pro velmi náročné zpracování, kvalitu a kreativitu.

Původní logo se používalo na skleněných figurkách vyráběných firmou Swarovski. V podstatě se jednalo o písmeno „C“ s písmenem „S“ v otevřené části písmene „C“. Logo „SC“ bylo používáno pro produktovou řadu Silver Crystal. Od roku 1988 se používá nové logo, na kterém je vyobrazena labuť. To přetrvalo dodnes. Logo vyjadřuje čistotu a krásu výrobků a eleganci, kterou dodává jeho přítomnost. A tak jej můžeme spatřit na velkém množství produktů, které jsou křišťálově ozdobeny. Patří k nim šperky, módní doplňky, hodinky, domácí křišťálové předměty, stejně jako křišťálové lustry a osvětlovací systémy. Logo Labuť je zárukou, že výrobky s ním jsou ozdobou každého předmětu s tímto elegantním znakem.⁹⁶

Obrázek 12 Současné logo Swarovski



Zdroj: Materiály poskytnuté PR oddělením společnosti Swarovski Crystal.

⁹⁶ Z materiálů poskytnutých PR oddělením společnosti Swarovski Crystal.

3.4. Holubice

Holubice a také holub jsou historicky významná symbolická zvířata. Mírumilovný, nenásilný a něžný charakter, který je tomuto představiteli opeřenců na rozdíl od skutečnosti přisuzován, z něj udělal vzor mírnosti a lásky, také však bázlivosti. Holubice se stala symbolem mírového hnutí. Ve starověku byla v symbolice stavěna proti orlu a havranu. Už tehdy se milé říkalo holubička, ale pojmenovávaly se tak i lehké ženy, protože holubice byla spojována se sumerskou bohyní lásky Aštartou, kterou Řekové uctívali již od 4. století př. n. l. Holubi byli posvátnými ptáky bohyně Afrodity. Byli chováni v jejích svatyních a spojováni s jejími milenci Adónidem a s Erótem. Holubi sehráli roli i při zakládání věštírny. Kněžkám věštícím z šepotu posvátných dubů se říkalo Holubice, protože podle pověsti přilétla do Dódóny černá holubice z egyptských Théb, usedla na dub a promluvila lidským hlasem, že je třeba na tomto místě zřídit Diovu věštírnu. Jiná holubice přikázala založit Amonovu věštírnu v oáze Síva. Ve Starém zákoně jsou holoubata nejoblíbenějšími obětními zvířaty chudých. Že mají holubi schopnost najít přesně své hnízdo, si všimli již staří Egypťané i Číňané a používali je k doručování svých zvěstí. Třebaže byli holubi posvátnými zvířaty bohyně Venuše, staří Římané si rádi pochutnávali na holoubatech a holubí vejce bylo považováno za afrodiziakum. Tehdy se věřilo, že holubi nemají žluč, proto jim byla přisuzována mírumilovnost. Jejich stravou jsou léčivé byliny jako svlačec rolní a sporýš lékařský, a to bylo u zrodu pověr o tom, že jejich maso, vnitřnosti a krev mají léčivé účinky. Za léčivo se považoval i holubí trus.⁹⁷

„V Písmu svatém je holubice symbolem konce potopy a přináší Noemovi do archy olivový lístek. Když byl Ježíš pokřtěn v Jordánu, vznášela se nad ním holubice (Mt 3,16). Duch svatý je skoro vždy zobrazován jako holubice, např. při zvěstování Panně Marii nebo na obrazech svaté Trojice. „Sedm darů Ducha svatého“ (moudrost, rozum, rada, síla, umění, zbožnost a bázeň Boží) symbolizuje sedm holubic. U novokřtěnců holubice zobrazuje

⁹⁷ BIEDERMANN, 2008, s. 99-100

Ducha svatého. Ve hřbitovní symbolice je zase „okřídlenou duší“, která se vznáší k ráji a tam sedí na stromě života nebo pije vodu věčného života, vylétává z úst umírajících mučedníků anebo nese v zobáku mučednickou korunu. Physiologus vypráví o hrdličce, že je od přírody žvanivá, ale když „ovdoví“, se vzpomínkou na zesnulého manžela umírá zároveň s ním a už nikdy se s žádným jiným nespojí“. Kristus je „naše nadmíru výřečná duchovní holubice, náš vpravdě libě pějící ptáček, kterýž svou radostnou zvěstí rozezní vše, co pod nebem jest. Sv. Basil praví: Jen napodobujte hrdličku, ó ženy, a udržujte manželství jako ona.“⁹⁸

Dále v popisu holubice je uváděno. „Holubice představuje ctnost střídmosti a je atributem mnoha světců, např. Evangelistů, Terezy z Avily, Řehoře a Basila, Tomáše Akvinského a Kateřiny Alexandrijské, Kolumbána (lat. *Columba* – holubice) a Scholastiky. – V alchymii je „bílá holubice“ symbolem díla na bílo (*albedo*) v procesu přeměny prvotní hmoty v kámen mudrců: „Černý havran se mění v bílou holubici“.“⁹⁹

V Indii byla holubice považována za okřídlenou duši mrtvého. Jako symbol manželské věrnosti, rodičovské odpovědnosti a dlouhověkosti byla uctívána v Číně, protože holubi žijí v párech a střídají se v hnízdě při sezení na vejcích. Holubici lze vidět i jako znak bohyně plodnosti. V našem světě známe přísloví o pečených holubech, které lenochům nebudou létat přímo do úst.

Dove

Kosmetická značka Dove je známá jako jedna z na světě nejpoužívanějších značek v péči o pleť. V roce 1950 vyvíjela společnost Unilever své produkty nejprve pro vojenský personál. V té době mělo námořnictvo a ostatní vojsko hrubé obyčejné mýdlo a jiné nešetrné čisticí prostředky na pomoc při odstraňování kalné mořské vody, přilnavého písku a bláta, které se obvykle kazily a vysušovaly pokožku. Když se mýdlo stalo více populární a žádané, společnost se v roce 1957 rozhodla proměnit tyto

⁹⁸ BIEDERMANN, Hans. *Lexikon Symbolů*, str. 100.

⁹⁹ BIEDERMANN, Hans. *Lexikon Symbolů*, str. 100.

čistící potřeby v komerčně dostupný výrobek. Začala je vyrábět a prodávat pod značkou Dove. Znak v zobrazení ptačího symbolu – holubice byl vybrán záměrně, aby reprezentoval jako symbol mírové holubičky na počest a památku svého původního účelu, pro který začal být poprvé vyráběn.¹⁰⁰

Obrázek 13 Současné logo Dove



Zdroj: Materiály poskytnuté PR oddělením společnosti Dove.

3.5. Jeřáb

Jako mnoha různým ptákům byla i jeřábu přisuzována role božského posla, který v Číně nosil duše zemřelých do Západního ráje. Jako letící ke slunci byl pro Číňany symbolem společenských ambicí. Ostražitost, dlouhověkost, moudrost a věrnost jsou hlavními rysy ze spousty dalších pozitivních vlastností tohoto oblíbeného ptáka. Jeho velká a silně stavěná křídla nesou symbolický význam dosažení nejvyšší úrovně duchovního vědomí. Křesťané připisují jeřábu mnoho kladných vlastností, včetně ctnosti řádových mnichů.

Na rozdíl od jiných kultur byl v Indii spojován se zradou a v keltských oblastech byl považován za zlé znamení.

¹⁰⁰ Z materiálů poskytnutých PR oddělením společnosti Dove.

Jeřáb, který žije v mokřinách, má ve zvyku stát na jedné noze s druhou vytaženou k tělu a to v antické kultuře vedlo k přesvědčení, že jeřábi si mezi sebou volí strážce pro dobu svého spánku. Střežící pták prý měl ve své zdvižené noze kámen, a kdyby usnul, tak by mu spadl na druhou nohu a tím by se hlídající Jeřáb probudil.¹⁰¹

„Staří Řekové považovali V-formaci, v níž jeřábi migrují s nejzkušenějším ptákem v čele, který zaštiťuje mladší členy hejna, za dobré sociální ponaučení.

Císař Svaté říše římské Fridrich II. si ve 13. století jako první všiml, že se jeřábi při vedení formace vlastně střídají. Jejich křik při stěhování značil odchod jara a příchod podzimu.“¹⁰²

„Jeřáb byl od Antiky symbolem bdělosti (*vigilantia*), protože se tradovalo, že jeřábi bdící u odpočívajících hejn při tahu drželi v pařátu kámen, aby neusnuli. Antičtí autoři na základě nálezů kamenů ve voleti jeřábů soudili, že je potřebují, aby poznali, zda letí nad vodou či pevninou, na niž chtěli spočinout. Aristofanes a Aelianus se domnívali, že kameny slouží jako zátěž proti větru při tahu z rovníku na sever.“¹⁰³

Lufthansa

Společnost byla založena 6. ledna 1926 v Berlíně. Její název měl tehdy podobu Deutsche Luft Hansa Aktiengesellschaft. Nová letecká společnost vznikla sloučením dvou starších německých leteckých společností.

Již ve 30. letech začala Lufthansa létat i do Jižní Ameriky a na Dálný východ. Po změnách, které v celém světě a také i v situaci letecké dopravy pochopitelně přinesla druhá světová válka, se podařilo společnosti udržet letecké spojení s neutrálními zeměmi. Po skončení války byl hned v roce 1945 provoz Lufthansy zastaven. Obnovení firmy Lufthansa přišlo v roce 1953.

¹⁰¹ BIEDERMANN, 2008 str. 129-130

¹⁰² SAUNDERS, Nicholas J. *Mytická síla zvířat*, str. 119

¹⁰³ ROYT, Jan. *Slovník symbolů: Kosmos, příroda a člověk v křesťanské ikonografii*, str. 125.

Současný název získala v roce 1954, v roce 1955 byly obnoveny německé vnitrostátní linky a lety do zahraničí, společnost však nemohla létat do Západního Berlína, a proto dnes jejím centrem není některé z letišť v hlavním německém městě. V 50. letech došlo ke sporu s východoněmeckou leteckou společností, která nějakou dobu také užívala název Lufthansa, ale později jej změnila na jméno Interflug. Další období pak přineslo zejména technický pokrok. V 60. letech to byl nástup proudových letadel Boeing 707 a v 70. pak velkoplošných letadel Boeing 747. V 90. letech přišlo znovu sjednocení Německa a Lufthansa mohla opět létat i do teď již jednotného Berlína. Lufthansa ale prodělala také ekonomickou krizi, byla privatizována a rozhodla se v roce 1997 pro spolupráci s dalšími velkými aerolinkami v rámci Star Alliance. Následující roky už pak patřily především rozrůstání Lufthansy jako velkého nadnárodního koncernu, upevňování pozice společnosti a zkvalitňování jejich služeb. Lufthansa je v současnosti druhým největším leteckým dopravcem v Evropě a šestým mezi světovými leteckými společnostmi na světě. Dnes Lufthansa sdružuje přibližně 350 dceřinných společností po celém světě a přepraví měsíčně více než 4,5 miliónu cestujících.

Firma Lufthansa zvolila za své logo stylizovaného jeřába za letu. Bylo vytvořeno v roce 1918 Ottou Firlem a stalo se částí značky první německé letecké společnosti, Deutsche Luft-Reederei (zkráceně DLR), která započala leteckou přepravu dne 5. února 1919. V roce 1926 přijala tento symbol Deutsche Luft Hansa a po ní v roce 1954 Lufthansa.

Značka vyjadřuje letové a technické dovednosti. V roce 1955 byl znak jeřába změněn tak, aby jeho let směřoval směrem dolů, získal modrou barvu a byl umístěn do žlutého oválu. V roce 1967 se z oválu stal kruh, ale modrý pták na žlutém poli zůstal. Letouny byly natřeny modrým pruhem ve výši oken a spodní část trupu stříbrně. Od roku 1988 byla letadla přebarvena na čistě bílou s šedou spodní částí, kterou je vyjádřena jasnost, jednoduchost a pozitivní atributy, jakými jsou bezpečnost a spolehlivost.¹⁰⁴

¹⁰⁴ Z materiálů poskytnutých PR oddělením společnosti Deutsche Lufthansa AG.

Obrázek 14 Současné logo Lufthansa



Zdroj: Materiály poskytnuté PR oddělením společnosti Deutsche Lufthansa AG.

3.6. Orel

Typické atributy tohoto dravce, rychlý a smrtelný útok na kořist, silný zahnutý zobák, dlouhé a mocné drápy vždy získávaly těmto ptákům oblibu a obdiv u válečníků mladých, ambiciózních a dobytčích civilizací, ze kterých si mnohé zvolily orla svým národním znakem. Římský orel byl představitelem císařské moci a jeho křídla současně symbolizovala ochranu.

Zakladatelé Spojených států amerických se nechali ve svých ideálech ovlivnit antickým Římem, a proto zvolili orla bělohavého za symbol své země.

Pro Aztéky byl orel symbolem císařských elitních válečníků. O jeho dravé povaze svědčí i další příklad z historie, i když nedávné, a to volba orla do znaku nacistického Německa.¹⁰⁵

„Američtí Indiáni severozápadního pobřeží chápali orla jako prototyp „Hromového ptáka“, jehož kosmické střety s duchy podsvětí prý vyvolávaly bouře a zemětřesení. Byl součástí kmenových totemů, ztělesňoval mytického zakladatele kmene. Draví ptáci byli vždy oblíbenými společníky šlechticů na lovu a po celém světě je lidé vždy spojovali s mocnými královskými božstvy: Mithra (Persie), Indra (Indie), Zeus (Řecko) a vikingský Odin.

Vznášející se orel skýtá pohled od horizontu k horizontu: pro Chetity byl vševědoucím slunečním božstvem. V křesťanském středověku symbolizoval ducha stoupajícího k nebesům. Obraz orla, lovícího ryby v oceánu, byl často vnímán jako jakási forma křtu a osvobození ztracených

¹⁰⁵ SAUNDERS, 1996, s. 114.

duší Kristem, ačkoli ve Starém zákoně byl orel nečistý a zaměnitelný se supem.¹⁰⁶

Orel, přezdívaný také jako Král ptactva, je pověstný symbol moci a udatnosti. Díky svému fascinujícímu umění létat a vznášet se k nebi se stal symbolem mnoha erbů a státních znaků, kvůli symetrické stylizaci často se dvěma hlavami. I v české heraldické symbolice se orel se dvěma hlavami nazývá orel s jednou hlavou orlice. Starověké bestiáře mu přisuzují schopnost dívat se bez mrkání do slunce a vzlétat do člověku nedostupných výšek. Jeden starobabylónský text popisuje krále Etanu, jak letí na orlovi do nebe. Z antických pramenů se dozvídáme, že při pohřbu císaře bývalo zvykem, zároveň s pálením těla, vypustit do vzduchu orla, který tak symbolizoval odchod duše zesnulého k bohům. V syrských bájích byl orel zasvěcen bohu Slunce a vyprávělo se o něm, že „se dokáže omlazovat jako Fénix (mj. trojím ponořením do vody – proto je také symbolem křtu a lze ho vidět na křtitelnicích). Jeho let k výšinám byl chápán jako paralela ke Kristovu nanebevstoupení. Omlazovalo jej údajně i slunce („Když orlu již péra nelétají, omladí se a obnoví v plameni slunečním“; Hohberg, 1675), byl to odkaz na blahodárný účinek duchovního světla. Jako nepřítel hadů a draků je symbolem vítězství světla nad temnými mocnostmi; se zobrazením orla s hadem v zobáku se setkáváme v mnoha kulturách, orel požírající hada je i ve státním znaku Mexika. Na gotických vitrážích lze vidět orla, jak vynáší mladé orly, kteří ještě neumějí létat, do výšin, aby je naučil hledět do slunečního světla.“¹⁰⁷

V křesťanské ikonografii bývá znakem evangelisty Jana, dále symbolem proroka Eliáše a také samotného Krista. Orлу se přisuzují většinou jen pozitivní vlastnosti, kterými je síla, rozvaha, bystrozrakost a královská vznešenost, tím se stal symbolem boha Jupitera.

¹⁰⁶ SAUNDERS, Nicholas J. *Mytická síla zvířat*, s. 114.

¹⁰⁷ BIEDERMANN, Hans. *Lexikon Symbolů*, s. 241.

Mattoni

V roce 1868 Heinrich Mattoni (1830 - 1910) začal v Karlových Varech budovat moderní závod na stáčecí stroje k plnění minerálních vod do skleněných lahví. Ty byly do té doby stáčeny jen do porcelánových a hliněných džbánů. V této továrně začaly být používány také papírové štítky k označování obsahu, na kterých byl jako znak použit symbol červené orlice, znak rodiny Mattoni. Předností Heinricha Mattoni byla výborná obchodní strategie i zvládnutí umění reklamy, díky které se mu povedlo začít vyvážet minerální vodu Mattoni do celého světa.

Ačkoli minerální voda byla z Karlových Varů vyvážena od konce 18. století, nárůst objemu vývozu byl až výsledkem obchodní politiky uplatňované firmou Mattoni po roce 1868, kdy zakoupila také infrastrukturu stávající firmy Kyselka.

Mattoni je minerální voda, která se stala jednou z nejznámějších minerálních vod na světě a jejíž úspěch inspiroval majitele závodu koupit celou obec Kyselka v roce 1873 od hraběte Černína a vybudovat zde lázně. Vystavil lázeňské domy, hotely, promenády, kolonády a vodoléčebné provozy. Mattoni také investoval do nové železnice. V roce 1894 vybudoval železniční trať mezi Vojkovicemi nad Ohří a Kyselkou. Rychlá a levná doprava po železnici vedla k dalšímu růstu vývozu a tím zisku. Když Heinrich Mattoni v roce 1910 zemřel, měl na svém kontě vývoz přibližně 10.000.000 láhví minerálních vod Mattoni do celého světa a lázně vzkvétaly. Bohužel následující období se dvěma světovými válkami přineslo úpadek lázeňství. Do roku 1945 byla firma známá jako akciová společnost Heinrich Mattoni AG.

Po skončení druhé světové války byla společnost znárodněna a provozována jako závod v Karlových Varech, kde byl založen státní podnik Západočeská zřídla. Po roce 1989 byla tato firma transformována na akciovou společnost Karlovarské minerální vody.¹⁰⁸

„Historie proslulé značky minerálních vod Mattoni začala v roce 1864, kdy český obchodník s italskými kořeny Heinrich Mattoni převzal stáčírnu

¹⁰⁸ Z materiálů poskytnutých PR oddělením společnosti KARLOVARSKÉ MINERÁLNÍ VODY, A.S.

minerální vody v lázeňském městě Kyselka. V osmdesátých letech 19. století už patřila značka Mattoni k nejznámějším v Evropě. Symbol orla, který je pro ni charakteristický již od jejích počátků, byl tradiční součástí znaku rodiny. Na etiketě lahví s minerálkou se objevil poprvé roku 1868 v podobě červeného orla z rodinného znaku. Prošel postupným vývojem, měnilo se grafické provedení a barevnost, ale podstata tradiční značky zůstala po více než sto čtyřicet let nezměněna.¹⁰⁹

Tímto logem se společnost Mattoni jednoznačně prezentuje v oblasti obchodu s minerálními vodami a podle této značky ji identifikují lidé na celém světě.

Obrázek 15 Současné logo Mattoni



Zdroj: Materiály poskytnuté společnosti KARLOVARSKÉ MINERÁLNÍ VODY

Air Nigeria

Po ukončení partnerství se společností Virgin potřeboval tento národní dopravce novou obchodní značku, která by vyjadřovala jeho návrat k nigerijským kořenům a splňovala by jasný výběr pro západoafrické cestovatele. Při své volbě tvůrců oslovila tedy studio Interbrand Samson, ve které pracoval grafik Anton Krugel, který zhotovil logo na zakázku.

V původním návrhu byl použit symbol orla a název Nigerian byl napsán graficky upraveným písmem na objednávku. Studiu Interbrand se však obrázek orla příliš nelíbil, protože by tento znak byl snadno zaměnitelný. V oboru

¹⁰⁹ VYSEKALOVÁ, Jitka. *Image a firemní identita*, s. 50.

letectví je podobných orlích symbolů mnoho a byly tedy obavy, že by logo působilo fádně. Bylo tedy rozhodnuto vytvořit nějaký symbol, který by vzbuzoval zvědavost a zároveň podněcoval hrdost společnosti. Logo nakonec dosáhlo svého cíle použitím vzorů a barev z bohatého oděvu, který byl typický a hrdě nošený v této oblasti. Jeho symetrie spolu s výrazným textem dodává této společnosti neodmyslitelný charakter stability a bezpečí.¹¹⁰

Obrázek 16 Současné logo Air Nigeria



Zdroj: <http://www.myairenigeria.com>

3.7. Býk

Domestikace dobytka byla jednou z nejvýznamnějších událostí v historii lidstva. Když se kočovníci chtěli usadit a budovat svá obydlí, byl to právě býk, který pomáhal člověku orat půdu. První zmínky o volu jsou popisovány v posvátné hrůze, že si lidé antického světa, kteří znali dobytek mírný a generacemi vyšlechtěný, museli představovat nějaké mytické zvíře. Velká část symboliky býka plyne z jeho síly a zuřivosti a je vyjadřována různými obřady a krvavými oběťmi. Pozůstatky těchto rituálů zůstávají dodnes vyjadřovány býčími zápasy ve Španělsku.

Díky své plodnosti byl býk spojován s životodárným sluncem. Starověcí Chetitě z Anatólie znázorňovali kočár boha Slunce tažený silnými

¹¹⁰ HEALEY, 2011, s. 93.

býky. Býčí řev pro Sumery zvěstoval déšť a v severské mytologii byl býk ztotožňován jak s Thorem, bohem hromu, tak i s Frajou, bohyní plodnosti. Hinduistický bůh Indra se často objevuje na býkovi Agni.¹¹¹

Býk ve starých kulturách symbolizuje sílu a důraz. V paleolitickém jeskynním umění byli velcí tuři spolu s koňmi nejdůležitějšími motivy. Pratur jistě vzbuzoval v našich předcích představu vitální mužské síly, i když nemá jednoznačný výklad. Jeho síla a divokost imponují, ale brutalita jeho útoků naháněla strach. V náboženských dějinách sehrávala tato zvířata velmi významnou roli, která se projevovala v uctívání býků, jež se soustřeďovalo především na jeho plodnost. Stejného významu nabyly i rohy, které připomínají srpek měsíce. Jinak existovalo mnoho symbolických obřadů spočívajících v přemožení býka a v jeho obětování. Kultury staré Kréty dělaly z býka objekt rituálních tanců, při nichž ho tanečníci přeskakovali. Zřejmě tak symbolizovaly nadřazenost člověka nad tupostí těchto zvířat. S tím se pojila i snaha dobytek zkrotit a podrobit si jej. Zatímco na práci byli určeni volové, nevykleštění býci se často uctívali jako ztělesnění plodných přírodních sil, což dokazuje například mumifikace Egyptského posvátného býka. S býkem se mnohdy spojuje plodnost, smrt i zmrtvýchvstání, například v antickém Mithrově kultu. Krétský Mínotaurus, napůl člověk a napůl býk, byl vězněn v labyrintu a později ho zabil hrdina Théseus. Býčí zápasy lze chápat jako sportovní událost, ale z historických pramenů jsou také známé jako ritualizované formy starých středomořských býčích her, které končily obětováním respektovaného i obávaného představitele nespoutaných přírodních sil.

V astrologické symbolice je Býk druhým znamením zvěrokruhu, náleží do zemských znamení a lidem v něm narozeným se připisují býčí vlastnosti, kterými jsou těžkopádnost, fixace na domov a rodný kraj, stálost a vitalita, ale také mytologickou souvislost býčího boha a bohyně lásky. Řecké hvězdné báje vidí v nebeském Býku Mínotaura nebo obrovského divokého býka, jenž sužoval Attiku a kterého Théseus odtáhl na Akropoli a obětoval bohům. Na hřbetě souhvězdí Býka je otevřená hvězdokupa Plejády, sedm sester Oriona,

¹¹¹ SAUNDERS, 1996, s. 90-91.

nad kterými se bohové slitovali, proměnili je nejprve v holubice a nakonec ve hvězdy. Býkovým okem je nejjasnější hvězda souhvězdí Aldebaran.¹¹²

Lamborghini

Automobilka Lamborghini SpA, běžně označovaná jako Lamborghini, je italského původu. Je známa výrobou vysoce výkonných, elegantních a rychlých luxusních sportovních vozů. Společnost je pojmenovaná po svém zakladateli Ferruccio Lamborghini, který byl úspěšným výrobcem traktorů a posléze vynikajících sportovních vozů. Založil svou vlastní firmu v roce 1963, bývala nezávislou společností a nyní je dceřinnou společností německé společnosti Audi AG.

Logo Lamborghini znázorňuje býka jako silné znamení zvěrokruhu. Ferruccio Lamborghini miloval býčí zápasy a modely aut Lamborghini byly pojmenovávány jmény slavných býků.

Obrázek 17 Současné logo Lamborghini



Zdroj: Materiály poskytnuté společností Automobili Lamborghini S.p.A.

¹¹² BIEDERMANN, 2011, s. 45-46.

Toto logo představuje supícího býka ve zlatém provedení na antracitovém podkladu v rámu ve tvaru erbu. Býk znamená stabilitu, sílu a odhodlání. V roce 1962 Ferruccio Lamborghini navštívil proslulého chovatele španělských býků pěstovaných pro zápasy dona Eduarda Miura na jeho farmě v Seville. Ferruccio Lamborghini byl tak ohromen majestátností tamních zvířat, že se rozhodl přijmout rozzuřeného býka jako znak pro automobilku, kterou plánoval brzy otevřít. Po počáteční výrobě dvou nových automobilů se opět obrátil na Miuru pro inspiraci a tak vznikla spolupráce při hledání nových jmen pro auta. Ta vznikla na základě proslavených jmen býků v aréně, kterými byli například Islero, Diablo nebo Espada.¹¹³

3.8. Kůň

Symbol koně byl od pradávných dob ztělesněním síly a vitality na vyšší úrovni než například býk. Již v jeskynním umění doby ledové se objevují divocí koně a divocí tuři a představují zde nejdůležitější motivy malířství. Archeologové a historici dospěli k závěru, že z těchto dvou živočišných druhů lze usuzovat na protikladný význam u prehistorických umělců. K ochození koně došlo až o stovky let později ve východní Evropě a střední Asii a kočovnými jezdeckými národy. Jako původně hrozné zvíře byl často spojován s říší mrtvých a obětován zesnulým. Pro svou rychlost a pružnost byl však později povýšen na sluneční symbol nebo na tažné zvíře nebeského vozu boha Apollóna, Mithry a také Eliášova ohnivého vozu. V některých případech zůstal symbolicky nejednoznačný, jednak jako zářivě bílý kůň, na němž jede Kristus vítězný, nebo jako koně Dürerovi Čtyři jezdci Apokalypsy. Církevní hodnostáři mu připisovali pýchu a chlípnost, kterou zdůvodňovali údajně žádostivým řehtáním. Pozitivní stanovisko je dáno už v antice okřídleným Pegasem. V pohádkách koně někdy vystupují jako předvídající magické bytosti hovořící lidskou řečí a udělující svým pánům dobré rady a ochraňující je. Mezi křesťanské světce, které lze vidět na koních, patří

¹¹³ Z materiálů poskytnutých PR oddělením společnosti Automobili Lamborghini S.p.A.

například drakobijec svatý Jiří, svatý Martin dělící se s koněm o plášť, svatý Hubert i svatý Eustach. Na různých zobrazeních ukřižování mají koně v roli jezdeckých zvířat Římanů hlavy odvrácené od Krista, což má vyjádřit, že jezdci jsou nevěřící. Koňské lebky na štítech domů měly ochraňovat obydlí a odvracet od nich neštěstí. Staří Germáni obětovali koně a potom jedli jejich maso. Tento zvyk vedl k tomu, že požívání koňského masa bylo po christianizaci zakázáno a převládl názor o jeho společenské nevhodnosti. Psychologicky orientovaná symbolika vidí v koni ušlechtilé a inteligentní zvíře; kůň a jezdec jsou pojímáni jako souznění zvířete a člověka.¹¹⁴

Kůň patří k nejstarším domestikovaným zvířatům. Ve starověku byl spojován s válkami více než s účely hospodářskými. Byl znakem vyššího společenského postavení. Býval zapřahán do válečných vozů egyptských faraonů, později do triumfálních vozů římských císařů a vítězů. Helénistickou a římskou tradici zobrazování slavných vojevůdců a císařů na koni, např. Marka Aurelia na Kapitolu v Římě, pak převzal středověk a již nikdy vlastně nebyla opuštěna. O tom svědčí portréty šlechticů na koních nebo pomníky význačných historických postav, kterými jsou například malá jezdecká socha Karla Velikého v pařížském Louvre, jezdecká socha Gattamelaty od Donatella v Padově, socha kondotiéra benátské republiky Colleoniho od Verrocchia v Benátkách, Tizianův jezdecký portrét Karla V. v madridské galerii Prado, obraz nešťastného anglického krále Karla I. na koni od Van Dycka, Berniniho jezdecký pomník Ludvíka IV., četné pomníky a obrazy Napoleona a dalších známých panovníků a vojevůdců 19. stol.¹¹⁵

Koně často vystupují v antické mytologii, ale bohové byli spíše v roli vozatajů než samotnými jezdci na koních. Na nich jezdili častěji héroové. Podle legendy stvořil koně bělouše Poseidón zaražením trojzubce do rákosí, jak je to ztvárněno na obraze Jacoba Jordeanse ve florentské galerii Uffizi. Podle Plinia použil poprvé uzdy a sedla ke zkrocení koně Pelethronios a na koních prý poprvé bojovali Thessalové, kteří byli zvaní Kentaury. Obrovský dřevěný kůň známý jako Trojský kůň se stal nástrojem Isti Řeků. Bájný okřídlený kůň Pégasos se zrodil ze spojení Poseidóna a Gorgóny. Vyskočil prý

¹¹⁴ BIEDERMANN, 2011, s. 176-177.

¹¹⁵ SAUNDERS, 1996, s. 82-83

z Gorgónina trupu, když jí Perseus utlal hlavu. Pod úderem Pégasova kopýta vytryskl pramen Hippúkréné na Helikónu, pahorku Múz. Pégasa zkontil bájný Bellerofón, jenž s jeho pomocí zdolal obludu Chimairu, když se však chtěl na Pégasovi vznést do nebe, srazil ho k zemi Zeus a za trest jej odsoudil k šílenství. Podobně byl Diem z nebe sražen Faéthón, syn boha slunce Hélia, když neuváženě řídil sluneční koně svého otce a způsobil tak na nebi požár. Kristus jako Hélios na slunečním voze taženém koňmi je zobrazen na mozaice před Svatopetrským dómem v Římě. Nezkrotný živel zosobňovali Diomédovi koně, kteří se živili lidským masem. Herkules však krále Dioméda v bitvě porazil a když koně nasýtil jeho tělem, zkontil. Podle Vergilia kůň, který je jat milostnou touhou, se stává naprosto nezkrotitelným. V příběhu vypráví, že „kobyly rozsápaly při závodu Sísyfova syna Glauka, neboť jim bránil v páření. V bílou kobylu proměnil Apollón Okyrhoé, dceru Kentaura Cheiróna (bytosť částečně s tělem koně) za to, že věštbou vyzradila budoucnost jeho syna Asklépia.“¹¹⁶

Koně vystupují v Platónově dialogu Faidros, kde vyjadřují složitou symboliku. Platón zde jejich spřežení, totiž koně bílého, černého a vozataje, přirovnává ke třem složkám duše: „bělouš symbolizuje pozitivní složku, vraník negativní, vozataj pak vůdce, který obě složky uvádí v soulad. Ve středověku bylo toto Platónovo podobenství vztaženo na tři teologické ctnosti, jak to máme zobrazeno například na portrétu urbinského vévody Federiga da Montefeltre od Piera della Francesca (1416-1492) ve florentské galerii Uffizi. K nejznámějším koním starověku, vedle bájného Pégasa, patřil Búcefalos Alexandra Makedonského.“¹¹⁷

Koně hráli důležitou roli v mytologii a kultech všech kultur. Slované věstili pomocí posvátného koně, který překračoval kopí. Pravděpodobně za věštícího koně byl považován i kůň Libušin, který podle kronikáře Kosmy vedl posly do Stadic pro budoucího panovníka. Kůň patřil k posvátným zvířatům i dalších slovanských bohů Svatovíta, Svarožiče a Radegasta.

Symbolika charakteristických rysů koně je často využívána v reklamě. V reklamě se kůň objevuje téměř všude od automobilů až po reklamu na

¹¹⁶ ROYT, Jan. Slovník symbolů: Kosmos, příroda a člověk v křesťanské ikonografii, s. 146.

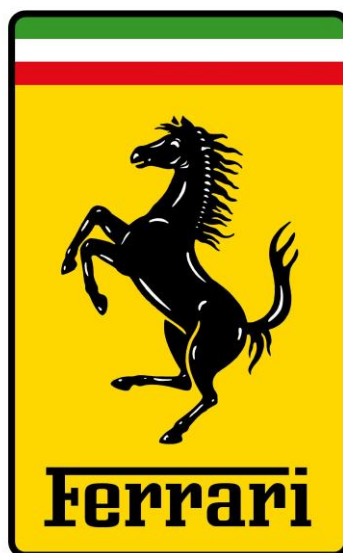
¹¹⁷ ROYT, 1998, s. 146.

nábytek. Po staletí byl znak koně využíván více kulturami, a proto se během vývoje dočkal až protikladného významu.

Ferrari

Závodní fanoušci po celém světě zajisté znají slavné sportovní vozy značky Ferrari. Automobilový výrobce Ferrari byl založen roku 1929 v Itálii. Ferrari vládne automobilovému světu a zaznamenává řadu úspěchů i v závodech Formule 1. Na skvělé pověsti se bezesporu podílelo i logo Ferrari, jež zapříčinilo zviditelnění a slávu sportovních vozů po celém světě. Slavné logo Ferrari se vzpínajícím se hřebcem se stalo mezi fanoušky pojmem. Značka byla původně vytvořena hrabětem Francescem Baraccou, slavným letcem italského armádního letectva v období I. světové války. Autor loga Ferrari maloval tuto ikonu na trup svého letadla. Později po jeho smrti bylo převzato a výběr koně do loga Ferrari byl zvolen mimo jiné i z toho důvodu, že jeho šlechtický rod vlastnil velké množství koní na svých panstvích Lugo di Romagna.

Obrázek 18 Současné logo Ferrari



Zdroje: Materiály poskytnuté PR oddělením společnosti Ferrari S.p.A.

Vzpínající se kůň je symbolem Ferrari dodnes. Cílem bylo, aby si lidská představivost při spatření loga okamžitě tento obraz spojila s rychlostí a silou sportovních vozů. Tato souvislost s impozantní a elegantní značkou je znamením velkého vítězství pro automobilku.

Tvar loga Ferrari se skládá ze vzpínajícího se koně, který zdůrazňuje úspěch a má přinést štěstí pro automobilového závodníka. S touto ideou byl od počátku tento znak prezentován.

Design Loga Ferrari se skládá z obdélníku, ve kterém je umístěn vzpínající se kůň černé barvy na žlutém pozadí, což představuje záři a jas. Na horní straně loga jsou zelené, bílé a červené pruhy, které vyzdvihují velkolepost znaku.

Původně byla na logu písmena SF, ale později se autorům více zalíbil nápis Ferrari na spodní straně znaku. Font písma byl pečlivě vybrán v souhře s obrazem elegantního a silného hřebce, který má co nejlépe vyjadřovat silnou společnost.¹¹⁸

3.9. Zajíc

Symbolika zajíce vychází z jeho přirozených i prisuzovaných vlastností, kterými jsou mimo jiné nepolapitelnost, vysoká plodnost a mělký spánek s otevřenýma očima.

Podle Aristotela patřil zajíc k mimořádně plodným zvířatům. Proto se stal reprezentantem tělesné lásky, dominujícím symbolem plodnosti, ale také nevěry. Postava zajíce doprovází Venuši, protože, jak napsal Filostratos, amorové chytají živé zajíce, aby je přinesli bohyni lásky pro zvláštní potěšení. Zejména v renesanci zajíce malovali na obrazech s Venuší, obecně pak jako symbolický doprovod všech možných situací svádění a případů lidských i božských cizoložství. Můžeme jej vidět například na slavném obraze Triumf

¹¹⁸ Z materiálů poskytnutých PR oddělením společnosti Ferrari S.p.A.

Venušin od Andrey Mantegny v pařížském Louvru či v zápřahu Venušina vozu na obraze Francesca Cossy v paláci Schifanoia ve Ferraře.

V řečtině se výraz pro zajíce používá ve významu prchavosti, jak na to poukázal Aelianus a také Valeriano. Horatius charakterizoval zajíce jako zvíře plaché a bojácné, proto jeho symbol platil také za znak strachu a bázlivosti. Podle Plinia se nikdy nikomu nepodařilo chytit spícího zajíce, protože prý spí s otevřenýma očima a ve spánku vše registruje. Renesanční autoři, jako například francouzský autor Guillaume de La Perrière, říkají, že bdící zajíc je symbolem zlého svědomí. Jako noční zvíře patří zajíc k měsíčním tvorům.¹¹⁹

„Ve Starém zákoně (*Lv 11,6 a Dt 14,7*) patří zajíc ke kulticky nečistým zvířatům. Podle *Žalmu 104,18* a knihy *Příslaví (30,26)* žijí damani (zajíci) a králíci ve skalách. Uvedený verš z knihy *Příslaví* vztáhli exegeté raně křesťanské církve (např. Tertullián, *Scorp.*, PL 2,147) na hříšníky, kteří se vrací do lůna církve, aby v ní hledali útočiště. Ambrož (*Hexam*, PL 14,252) vidí v každoročním přebarvování zajíce obraz zmrtvýchvstání a proměny (srov. *1K 15,51-54*). Přeneseně znamená zajíc katechumeny či pohany, kteří přicházejí k víře. Vyobrazení zajíce na nástěnných malbách v katakombách symbolizuje buď prchavost vezdejšího času nebo věřícího ukrývajícím se v bezpečí církve, v níž dosáhne spásy. Ve *Fysiologu* (I, 53) se píše, že zajíc, který se chce zachránit před psem, musí běžet vzhůru do kopce, což prý znamená člověka, který musí „běžet“ ke Kristu, aby nezahynul působením ďábla.“¹²⁰

Tři zajíci v kruhu, kteří se často objevují na katedrálách ze středověku, není symbol trojjedinnosti boží, jak je uváděno ve starších literárních dílech, ale měsíčním symbolem ustupujícího a dorůstajícího měsíce. Ve středověkých rukopisech se velmi často objevoval motiv honu na zajíce, čímž se vyjadřovalo pronásledování dobra zlem. Naopak zajíc ulovený orlem v symbolu Krista je obrazem hříchu, který Kristus potrestá. Všeobecně je zajíc také personifikováním některých nectností, například zbabělosti nebo rozmařilosti. Plodnost zajíce byla chápána jako boží požehnání, které bylo ve středověku

¹¹⁹ SAUNDERS, 1996, s. 45

¹²⁰ ROYT, Jan. Slovník symbolů: Kosmos, příroda a člověk v křesťanské ikonografii, s. 160-161.

vztaženo na Pannu Marii, proto se zajíc objevuje na některých vyobrazeních svaté rodiny. Zajíc vystupuje často na renesančních obrazech v různých scénách jako herec na jevišti převráceného světa. Na zámku v moravských Bučovicích nacházíme časté zaječí příběhy na pozdně renesančních malbách v Zaječím sále. Pověstné jsou zaječí scény na tzv. „Hasenhausu“ ve Vídni.¹²¹

Playboy

Playboy je pánský časopis, založený roku 1953 Hughem Hefnerem jako firma Playboy Enterprises, Inc. Je to měsíčník s informacemi ze světa módy, sportu, nejnovějších technických vymožeností, luxusního zboží, cestování, automobilismu a s profily i zajímavými rozhovory s významnými osobnostmi. Je však také synonymem pro erotické fotografie žen z řad velmi známých osobností. Časopis Playboy vychází v mnoha jazykových verzích téměř po celém světě. V České republice se prodává od roku 1991.

Logo bylo navrženo umělcem Paulem, který pracoval pro časopis jako první výtvarný redaktor. Králičí hlava se objevila na obálce každého čísla časopisu od druhého výtisku. Hugh Hefner, tvůrce časopisu, vysvětlil, že si vybral králíka jako symbol pro časopis kvůli vtipné sexuální symbolice a protože králík pro něj vyjadřuje i hravost. Oblečený do smokingu měl přidat představu o propracovanosti. Symbol králíka oblečeného do smokingu, formálním to večerním oděvu, mu připadal výrazný a přitom zábavný a okouzlující.

¹²¹ ROYT, 1998, s. 160-161.

Obrázek 19 Současné logo Playboy



Zdroj: Materiály poskytnuté PR oddělením společnosti Playboy Enterprises Inc.

Marketingová strategie se ukázala jako velmi chytrá. Proměnila ikonu zajíčka v bezprostředně rozeznatelný symbol sofistikovanosti a stylu. Později se toto logo objevovalo na různých předmětech denního života v Americe, dokonce se stalo, že nejslavnější soukromé letadlo na světě bylo natřeno na černo s bílou králičí hlavou na jeho ocasu. Dokonce existují druhy ohrožených zvířat, které mají jméno podle Hugha Hefnera. Jako pocta panu Hefnerovi byl po něm pojmenován ohrožený druh králíka bahenního názvem *Sylvilagus palustris hefneri*.¹²²

Vaillant

Začátek společnosti se datuje do roku 1874 a je považován za vznik pozoruhodně úspěšné firmy a jejích výrobků. Se svým uzavřeným systémem plynových ohřivačů vody změnil Johann Vaillant trh v tomto oboru. Poprvé byla voda ohřívána plynem procházejícím trubkami bez přímého kontaktu škodlivých emisí. To znamenalo revoluci v koupelnách a domácnostech. Vždy byl průkopníkem nových technologií a v roce 1899 se symbolem této společnosti stává zajíc. V roce 1955 byl prodán miliontý výrobek. Na počátku sedmdesátých let expanduje značka do dalších zemí v západní Evropě a v devadesátých letech proniká na nové trhy v otevírající se východní Evropě. Po roce 2001 připojuje do názvu slovo Group a po rozšíření výrobků o tepelná

¹²² Z materiálů poskytnutých PR oddělením společnosti Playboy Enterprises Inc.

čerpadla se v roce 2007 objevují produkty i v Asii. Následovaly další novoty ve formě solárních kolektorů a domácích elektráren.

Obrázek 20 Současné logo Vaillant



Zdroj: Materiály poskytnuté PR oddělením společnosti Vaillant.

„Jednu velikonoční neděli, ve chvíli, kdy Johann Vaillant listoval v časopise, narazil na obrázek zajíce líhnoucího se z vajíčka. V tu chvíli věděl, že zajíc bude symbolem jeho značky. Tak jako se časem vyvíjela celá společnost, tak i vzhled značky se postupně měnil a dnes je to nejlépe rozeznávané logo topné techniky v Evropě.“¹²³

¹²³ Z materiálů poskytnutých Veronikou Jiránkovou z české sekce PR oddělení společnosti Vaillant.

ZÁVĚR

Svět zvířat se prolíná se světem lidí již od nepaměti. Vstupuje do všech významných oblastí lidského konání a prostupuje věci pozemské i duchovní. V moderní době se nevyhýbá ani marketingovému sektoru. Zvířecí symboly jsou totiž pro člověka snadno identifikovatelné a srozumitelné, a tak se pro označování produktů přímo nabízejí.

Historickým exkurzem bylo zjištěno, že se významy stejných zvířecích znaků nemalou měrou odlišují. Tyto odchylky jsou determinovány spíše hlediskem geografickým a náboženským, než prostým plynutím času. V jednotlivých kulturách se zvířecí symbolika prezentuje relativně stálými atributy, jež jsou utužovány, v průběhu lidského života, v mysli jedince a předávány z generace na generaci. To napomáhalo vzniku někdy až protichůdného chápání symbolů živočišných druhů. Co například v evropských kulturách reprezentuje zlo, označují asijské civilizace jako znamení dobra. Takovým tvorem, s ostrým kontrastem pochopení tradičních vlastností, je například drak. V jiné pozici se nachází labuť, která je na obou kontinentech jednotně pojímána jako znamení čistoty a vznešenosti.

Se sílícím vlivem globalizačních procesů dochází postupně ke stírání dílčích rozdílů mezi kulturami, což má za následek, mimo jiné, i usnadnění pozice pro nadnárodní obchodní společnosti. Ty už nemusí mít velké obavy o správné pochopení loga užitého na svém produktu a mohou se tak prezentovat bez ohledu na kulturní hranice.

Díky adekvátně zvolené firemní značce v podobě lva budou společnosti MGM a ING celosvětově ztělesňovat sílu, jistotu a moc. Firma MGM tak činí již od počátku dvacátého století a propojuje své logo i s oficiálním maskotem společnosti. ING se drží pevně na vlnách patriotismu a obohacuje tradiční podobu lva národními barvami země původu.

Doslova vtipně a hravě, zcela v duchu typických atributů zvoleného zvířete, přistoupila k volbě reprezentujícího firemního loga společnost Playboy. Vlastnosti králíka byly dostatečně zúročeny. Významný je zde rovněž prvek dodatečné stylizace do podoby králíka oděného do smokingu, který ještě více

demonstruje výsledný produkt a přibližuje jej předem zvolenému segmentu trhu.

Zkoumání vybraných automobilních společností dokládá fakt, že tyto firmy investují na svůj vývoj nemalé finanční prostředky, což se odráží i v marketingové oblasti. Loga jsou zde volena velmi pečlivě s ohledem na prezentované atributy produktů – vozů, kde rychlost a síla stále představují dominující prvky. V konečném důsledku pak může náhoda přispět pouze ve volbě konkrétního silného živočišného druhu, jako v případě loga Lamborghini, kde se tvůrce inspiroval při návštěvě býčích zápasů, či u značky Ferrari, kde bylo pro autory loga determinující vlastnictví velkochovu koní.

Velkou míru podobnosti s automobilním průmyslem vykazují i zástupci vládců vzdušného prostoru. Jak firma Lufthansa, tak i prezentovaná společnost Air Nigeria volila do svých firemních log zástupce z řad ptačí říše. Důraz na historickou tradici více odráží Lufthansa svým jeřábem s tradičními atributy mimořádného letce, naopak mladá společnost Air Nigeria zde využívá moderní pojetí kompozice obrazu orla v kombinaci s etnografickými barevnými prvky.

Něžnější zástupci z řad ptáků vystupují ve firemních značkách společností Swarovski a Dove. V prvním případě se jedná o labuť, která cíleně odráží čistotu a krásu výrobku – šperku, kdežto u firmy Dove jednoznačné propojení vlastností zvířecího zástupce v podobě holubice s filosofií společnosti odpovídá spíše původnímu účelu, tedy jako mírový symbol pro vojáky, než odrazu samotných vlastností produktu.

Z marketingového pohledu je diskutabilní využití loga dravce ve znaku Mattoni. Orel sice odpovídá znaku zakladatelského rodu, ale svými zvířecími znaky již příliš nekoresponduje s firemní kulturou a nabízeným produktem. Jistý odkaz můžeme nalézt pouze ve faktu, že orel zde reprezentuje královskou vznešenost a majestát obchodní značky vzlétající k nebesům.

Jediným zástupcem čistě náhodného, pouze na osobních sympatiích zvoleného, zvířecího symbolu ve firemní značce pak zůstává firma Vaillant. Obraz zajíce žádným způsobem nerespektuje filosofii firmy ani nevyužívá původní význam znaků tohoto zvířete. Z hlediska úspěšnosti společnosti

Vaillant ale nelze říci, že by nevhodná či nekorespondující volba firemního symbolu měla fatální vliv na prodejnost výrobku.

Práce popisuje pouze malý vzorek trhu, který obývají podniky užívající ve svých firemních značkách zvířecí symboliku. Na základě shromážděných poznatků je možné konstatovat fakt, že nebyla vždy nalezena shoda mezi filosofií uvedených firem a volbou odpovídajícího loga. Je to dáno, mimo jiné, i skutečností, že firemní logo tvoří pouze jeden z mnoha identifikátorů obchodní společnosti. Často také vystupují do popředí i historické a geografické souvislosti s prvky tradice, na úkor možnosti zcela svobodné volby loga. Vždy je však dobré mýti na zřeteli, že vhodně zvolený zvířecí symbol, korespondující s filosofií daného podniku a podpořený kvalitní grafickou realizací, může být v konečném důsledku klíčovým marketingovým faktorem.

SEZNAM POUŽITÉ ČESKÉ LITERATURY A PRAMENŮ

Monografie

BIEDERMANN, Hans. *Lexikon symbolů*. Vyd. 1. Překlad Jan Hlavička. Praha: BETA, 2008, 503 s. ISBN 978-807-3063-627.

CÉZAR, Jan. *I zázrak potřebuje reklamu!: pestrý průvodce světem reklamní a marketingové komunikace*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2007, 199 s. ISBN 978-80-251-1688-3 (Váz.).

Egypt: symbolismus a archeologie. Vyd. 1. Praha: Nová Akropolis, 2009, 223 s. Ulixes, sv. 1. ISBN 978-808-6038-414.

ELIADE, Mircea. *Obrazy a symboly: esej o magicko-náboženských symbolech*. Vyd. 1. Překlad Barbora Antonová. Brno: Computer Press, 2004, 179 s. Eseje a studie. ISBN 80-722-6902-X.

ESTIN, Colette a Hélène LAPORTE. *Kniha o mytologii starého Řecka a Říma*. 1. čes. vyd. Překlad Věra Hrubanová. Ilustrace Paul Bontemps. V Praze: Albatros, 1995, 261 s. ISBN 80-000-0171-3.

FINK, Gerhard. *Kdo je kdo v antické mytologii*. Vyd. 1. v nakl. Alpress. Překlad Jiří Horák. Frýdek-Místek: Alpress, 2004, 326 s. Klokán. ISBN 80-721-8992-1.

FROTSCHER, Sven. *5000 znaků a symbolů světa: podrobný výklad s barevnými ilustracemi*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008, 259 s. ISBN 978-80-247-2230-6 (Váz.).

GREEN, Anthony. *Bohové, démoni a symboly starověké Mezopotámie: ilustrovaný slovník*. Vyd. 1. Překlad Jana Novotná. Praha: Volvox Globator, 1999, 231 s. Historie (Volvox Globator), sv. 1. ISBN 80-720-7266-8.

GREEN, Anthony. *Egypt: symbolismus a archeologie*. Vyd. 1. Překlad Jana Novotná. Praha: Nová Akropolis, 2009, 223 s. Ulixes, sv. 1. ISBN 978-808-6038-414.

HEALEY, Matthew. *Design loga: analýza úspěchu 300 mezinárodních značek*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2011, 240 s. ISBN 978-80-251-3608-9 (BROŽ.).

HEINZ, Sabine. *Keltské symboly*. Olomouc: Fontána [Olomouc], 2002, 285 s. Magická síla symbolů. ISBN 80-733-6031-4.

LURKER, Manfred. *Slovník biblických obrazů a symbolů*. Vyd. 1. Překlad Růžena Dostálová. Praha: Vyšehrad, 1999, 365 s. ISBN 80-702-1254-3

MANDŽUKOVÁ, Jarmila. *Horoskopy z celého světa*. Vyd. 2. Praha: Agentura VPK, 2003, 194 s. Astro. ISBN 80-733-4027-5.

MARTIN, René a Sandrine AUGUSTA-BOULAROT. *Slovník řecko-římské mytologie a kultury*. 1. vyd. Překlad Věra Hrubanová. Praha: EWA, 1993, 303 s. ISBN 80-857-6402-4.

Mytologie světa: ilustrovaný průvodce. 1. české vyd. Editor Roy Willis. Překlad Jovana Dědovská. V Praze: Slovart, 1997, 320 s. ISBN 80-720-9034-8.

OLIVOVÁ, Lucie B. *Zvířecí mýty a mytická zvířata: analýza úspěchu 300 mezinárodních značek*. Vyd. 1. Praha: Academia, 2010, 202 s. ISBN 978-802-0018-151.

OWUSU, Heike. *Egyptské symboly: symbolismus a archeologie*. Vyd. 1. Překlad Jana Novotná. Olomouc: Fontána [Olomouc], 2003, 300 s. Magická síla symbolů, sv. 1. ISBN 80-733-6036-5.

PÉREZ SEVILLA, G. *Nejkrásnější báje a pověsti*. Vyd. 1. Ilustrace Chaco Pino. Ostrava: Librex, 2006, 64 s. ISBN 80-722-8529-7.

Plemena koček celého světa. České vyd. 1. Praha: Svojtka, 2002. ISBN 80-723-7448-6.

POLLARD, Michael. *Encyklopedie koček*. Praha: Slovart, c2004, 384 s. ISBN 80-720-9552-8.

ROYT, Jan. *Slovník symbolů: Kosmos, příroda a člověk v křesťanské ikonografii*. Vyd. 1. Praha: Mladá fronta, 1998, 201 s. ISBN 80-204-0740-5.

SAUNDERS, Nicholas J. *Mytická síla zvířat*. Vyd. 1. Praha: Knižní klub, 1996, 184 s. Magie, tradice, současnost. ISBN 80-858-0947-8.

VÁŇA, Zdeněk. *Svět slovanských bohů a démonů*. 1. vyd. Praha: Panorama, 1990, 280 s. ISBN 80-703-8187-6.

Velká kniha horoskopů. Vyd. 2. Praha: Aurora, 2001, 317 s. ISBN 80-729-9037-3.

VYSEKALOVÁ, Jitka. *Image a firemní identita*. 1. vyd. Praha: Grada, 2009, 190 s. ISBN 978-80-247-2790-5 (Váz.).

VYSEKALOVÁ, Jitka. *Psychologie reklamy*. 3., rozš. a aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2007, 294 s. ISBN 978-80-247-2196-5 (Váz.).

VYSEKALOVÁ, Jitka a Jiří MIKEŠ. *Reklama: jak dělat reklamu*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2007, 184 s. Manažer. ISBN 978-80-247-2001-2 (BROŽ.).

Elektronická média a webové stránky

on-line katalog knihovny UJAK <http://katalog.ujak.cz>

Městské knihovny v Praze www.mlp.cz

MARUŠÁK, S. *Pražský orloj* [online]. [cit.2012-02-10]. Dostupné z WWW: <http://www.orloj.eu/cs/orloj_znameni.htm>.

Kambala - dobrovolnické centrum. *O symbolu a názvu centra* [online]. [cit.2012-02-14]. Dostupné z WWW: <<http://www.kambala.zdarsko.cz/okambale.htm>>.

Symboly Velikonoc. *Velikonoce - soubor různých textů* [online]. [cit.2012-02-14]. Dostupné z WWW: <<http://www.vira.cz/texty/knihovna/symboly-velikonoc.html>>.

F. M. Dobiáš – Evangelický kalendář 1958. *Řeč symbolů* [online]. [cit.2012-02-18]. Dostupné z WWW: <www.koberice.farnost.cz/view.php?cisloclanku=2007060006>.

SEZNAM POUŽITÉ ZAHRANIČNÍ LITERATURY A PRAMENŮ

Elektronická média a webové stránky

Info Presse. *150 Years of the Lion* [online]. [cit.2012-02-24]. Dostupné z WWW: <<http://www.peugeot.com/media/739128/150-ans-du-lion-en.pdf>>.

The history of the ING lion [online]. [cit.2012-02-25]. Dostupné z WWW: <<http://www.ing.com/Our-Company/About-us/History-of-ING/History-of-ING-lion.htm>>.

The Cave of Chauvet-Pont-d'Arc [online]. [cit.2012-01-25]. Dostupné z WWW: <<http://www.culture.gouv.fr/culture/arcnat/chaudet/en/>>.

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Chauvetpan	11
Obrázek 2 Fénix	17
Obrázek 3 KENTAUIROMAKHIA	19
Obrázek 4 Medusa.....	20
Obrázek 5 Keltský drak.....	22
Obrázek 6 Současné logo MGM	52
Obrázek 7 Současné logo Peugeot	54
Obrázek 8 Současné logo Holden	55
Obrázek 9 Současné logo ING.....	56
Obrázek 10 Současné logo Jaguar.....	58
Obrázek 11 Současné logo PUMA.....	59
Obrázek 12 Současné logo Swarovski	62
Obrázek 13 Současné logo Dove.....	65
Obrázek 14 Současné logo Lufthansa	68
Obrázek 15 Současné logo Mattoni.....	71
Obrázek 16 Současné logo Air Nigeria	72
Obrázek 17 Současné logo Lamborghini	74
Obrázek 18 Současné logo Ferrari	78
Obrázek 19 Současné logo Playboy	82
Obrázek 20 Současné logo Vaillant	83

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A – Vývoj loga společnosti MGM.....	I
Příloha B – Vývoj loga společnosti Vaillant.....	V

PŘÍLOHY

Příloha A – Vývoj loga společnosti MGM

1916 (PRE-MGM)



1924



1928



1932

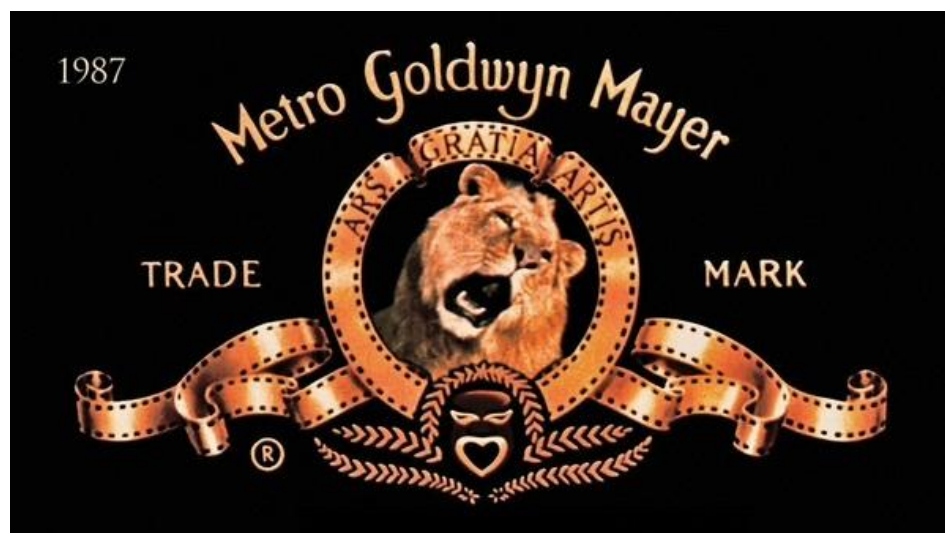


1935



1953





Současné logo



Příloha B – Vývoj loga společnosti Vaillant



1899



1930



1953



1959



1979



1991



1993



2005



2010

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Tereza Semrádová

Obor: Sociální a mediální komunikace

Forma studia: Kombinované studium

Název práce: Využití zástupců živočišné říše v reklamě a marketingu

Rok: 2012

Počet stran textu bez příloh: 75

Celkový počet stran příloh: 5

Počet titulů české literatury a pramenů: 27

Počet titulů zahraniční literatury a pramenů: 0

Počet internetových zdrojů: 9

Vedoucí práce: PhDr. Soňa Štroblová