

1. Úvod

Ve své práci bych chtěl předložit jiný pohledu na karikatury a kreslený humor v novinách a časopisech. Jsou sice jejich běžnou součástí, ale zůstávají neprávem v ústraní. Protože jsem si vybral náročné a obsáhlé téma, rozhodl jsem se jej zúžit do několika oblastí. Je zde nutné podotknout, že každá z nich by sama o sobě zasloužila bližší zkoumání.

Chtěl bych se pokusit odpovědět na základní otázky: Proč je pro nás karikatura tak přitažlivá? Jakým jazykem mluví? Jak působí na čtenáře? Karikatura a kreslený humor jsou natolik obsáhlé oblasti a přesahují možnosti této práce, proto si za cíl kladu vysvětlení základních pojmů a jejich metodologické vymezení. Hlavním cílem bude stanovit karikaturu jako plnohodnotný žurnalistický žánr.

Ve třetí kapitole, se budu věnovat prolínání pojmů karikatura, kreslený humor a publicistika. Vymezím jeden z nich do role zásadního pojmu. Právě tady přichází na řadu další termín – výtvarná publicistika – jenž se stane zásadním pro celou bakalářskou práci.

Dále proberu vztah mezi publicistikou a kresleným humorem. Zdůrazním, v čem, a jak moc se podobají.

Ve čtvrté kapitole pomocí znaků, které má karikatura společné s komiksem, vysvětlím, proč je pro čtenáře tak přitažlivá a důležitá. Na názorných příkladech ukáži, jak pracují zákony v kresleném světě.

V páté kapitole budu sledovat vznik karikatury společně s krátkou historickou exkurzí s důrazem na české prostředí. Pro bližší pochopení předmětu zkoumání, vytyčím období, kdy se karikatura začala objevovat v tištěných médiích. Postupně se stala jejich nedílnou součástí a kromě zábavné funkce začala plnit úlohu publicistiky. V rámci bakalářské práce se tedy budu věnovat pouze na karikaturám objevujícím se v novinách a časopisech. Stranou ponechám zobrazování osob a událostí, které známe například od pouličních umělců nebo výtvarných ilustrací ke knižním titulům. Také se zaměřím na spojení karikatury a žurnalistiky, které je důležité právě pro studenty novinářského řemesla.

V poslední kapitole představím příběhy dvou karikatur, které vzbudily kontroverzní reakce. První z nich se týká nešťastných zobrazení proroka Mohameda, jež vyvolaly bouřlivé reakce, které před tím žádná karikatura nevzbudila. Druhá naopak přinesla kontroverzní zobrazení Ježíše Krista.

2. Vymezení pojmu karikatura

2.1 Základní názvosloví

Pro Na začátek považuji za nutné vysvětlit, odkud se vzalo slovo karikatura. Vzniklo v 17. století z italského respektive latinského výrazu caricare, který se do češtiny překládá jako naložit, zatížit nebo přehánět. Přeneseně tak slovo karikatura má tři základní významy:

Nadsazení, což znamená zkreslení určitých vlastností, případně jejich vtržení z kontextu. Patří sem přílišné zdůraznění charakterových rysů.

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

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

Existuje několik definic, kterými se dá vysvětlit její vznik a funkce. „Cílem karikatury je vyvolat emotivní reakci, tedy hněv, odpor nesouhlas, ale i smích, přitakání.“¹ Používá k tomu výtvarné prostředky mezi něž patří zkreslení a deformace. Karikatury nejčastěji zobrazují osoby z reálného života, ale jejich předmětem zájmu se mohou stát i „neživé objekty, jakými jsou politické strany či výtvarné směry. Na straně druhé se vyskytují karikatury pracující s obecnějšími typy, jako jsou měšťáci, chudáci, kapitalisté apod. Jedním z nejznámějších je v českém kontextu typ maloměšťáckého ‘pand’oura’, vytvořený Františkem Bidlem.“²

Zde je další z definic karikatury: „Bývá charakterizována jako nadsázka, zveličení jistého rysu, jež je zaměřeno k vyvolání směšného účinku.“³ Jde tedy o zvýraznění protikladných vlastností? Ne vždy. Přesto patří do sféry komična, „jehož základem je kontrast dvou odlehlých významových oblastí. Je to vlastně druh srovnávání jako v básnické metafoře. Kreslený humor a karikatura tedy nepracují s nápodobou skutečnosti, ale se zvláštním způsobem zobrazení, jež je dáno zvýrazněním struktury zcela svébytnými prostředky: hyperbolickou konturou či vyhocenou situací.“⁴

Srozumitelnou definici uvádí také Adolf Hoffmeister, podle něj se karikatura snaží: „Přehnat skutečné vlastnosti lidí ad absurdum, až se jejich směšnost objeví v celé tragikomice, to je

¹ PETEROVÁ, Martina. Němci v české karikatuře. Přerov: Šárka, 2001. s. 10

² CHROBÁK, Ondřej, WINTER, Tomáš. V okovech smíchu. Praha: Gallery, 2006. s. 8

³ PYTLÍK, Radko. Český kreslený humor 20. Století. Praha: Odeon, 1988. s. 8

⁴ PYTLÍK, Radko. Český kreslený humor 20. Století. Praha: Odeon, 1988. s. 8

první krok ke karikatuře. Vybrat si pak jako předmět svého zájmu toliko nepřítelovy špatné vlastnosti, abychom je zesměšlili, znemožnili, prozradili, to už je karikatura.“⁵

Funkcím karikatury a kresleného humoru se budu věnovat v dalších kapitolách. Proto si teď opět vypůjčím slova Adolfa Hoffmeistera, který prohlásil, že „karikatura musí mít podobu a vtip.“⁶

Slovenský autor Kornel Földvári přichází s obecnější definicí kresleného humoru, podle něj jde o „bezeslovní poselství, která jsou zašifrována do obrazů, kde je slovo spíš ne překážku, jsou adresované intuici, podvědomému vnímání.“⁷

Z technického hlediska se pro laika může zprvu zdát, že karikatura je pouhou změtí čar. A ono tomu tak opravdu je. Čím jednodušeji a nejúsporněji se dokáže autor vyjádřit, bude jeho dílo lépe ceněno. „Myslím, že mnohem důležitější než bravurní kresba je pro karikaturistu cit pro míru.“⁸ Jak má tedy karikatura působit na čtenáře? „Neměla by do nás jako zázračné pilulky cpát poučky, co je správné a co ne, jako šablony vzorného chování. Jednoduše se nehodí, aby umění dělalo něco podobného. Ne poučování, ale rafinovaně zakódované poselství o hodnotách, svědomí, představách a tužbách.“⁹ V podobném duchu, i když mnohem více satiricky hovoří Hoffmeister: „Nadbytek stravy způsobuje žaludeční potíže, stejně tak nadbytek čar nečitelnost písma.“ Právě technika kresby má co dočinění s uměleckou tvorbou, tady hraje hlavní roli estetika. „Jako typ výtvarné tvorby je karikatura na první pohled experimentem. Namísto konkurence plochy a prostoru, která vzniká při kresbě, a na místo problémům kompozice a barvy, jež patří k základním tvůrčím otázkám malířství setkáme se u karikatury s něčím, co lze nazvat ´rytmem invence a zjednodušení´.“¹⁰

K čemu tedy vlastně karikaturu máme? „Karikatura je cosi jako čínské znakové písmo: pomocí jeho znaků se bez problému domluví všichni, co jím píší – dokonce i v takových odlišných jazycích, jako je čínský a japonský; jejich zvukové podobě vůbec nemusí rozumět. Jejich tvůrci mají touhu vyvolat smích a až v druhém sledu atakovat mozkové závitky. Prostořece ventilují společné civilizační problémy, ale i to, co celkem konkrétně znepokojuje a trápí je osobně i lidi na kousku země, kde žijí.“¹¹

⁵ HOFFMEISTER, Adolf. Poezie a Karikatura: slova z let třicátých a z nedávné minulosti. Praha: Československý spisovatel, 1961. s. 79

⁶ HOFFMEISTER, Adolf. Poezie a Karikatura: slova z let třicátých a z nedávné minulosti. Praha: Československý spisovatel, 1961. s. 88

⁷ FÖLDVÁRI, Kornel. O karikatúre. Levice: LCA Publishers Group, 2006. s. 15

⁸ FÖLDVÁRI, Kornel. O karikatúre. Levice: LCA Publishers Group, 2006. s. 15

⁹ FÖLDVÁRI, Kornel. O karikatúre. Levice: LCA Publishers Group, 2006. s. 27

¹⁰ PYTLÍK, Radko. Český kreslený humor 20. Století. Praha: Odeon, 1988. s. 8

¹¹ FÖLDVÁRI, Kornel. O karikatúre. Levice: LCA Publishers Group, 2006. s. 71

Nebyla by to správná satira, kdyby se neozval nespokojený domnělý poškozený, místo toho aby byl rád za publicitu, v duchu „je dobře, že je o mě slyšet, ať už v jakémkoli smyslu.“ Přesto pokud karikaturu v novinách najdeme, bude to věčný boj, což je samozřejmě žádoucí. Jinak by se minula účinkem.

„Karikatura je na věčném pranýři. Dějinami se nese ukřivděný chór postižených, kteří ji vždy znovu obviňují, že jí jde jen o znetvoření a výsměch z lidí a hodnot, které reprezentují. Není možné popřít, že deformace je opravdu jediným, dokonce nejviditelnějším prostředkem karikatury. Opojně dobrodružství o nevyzpytatelné říši forem, ale především hledání původního tvaru, úsilí o návrat k opravdové podobě charakterů i věcí. V pokřiveném světě deformace narovnává deformované, chce se dopátrat podstaty.“¹²

Ale až termín výtvarná publicistika, považuji za nejlepší pro účely své práce. Proto se jí budu držet. Ve stejném významu se v práci objevuje slovo karikatura, pro potřeby bakalářské práce budu termíny karikatura a výtvarná publicistika myslet pouze taková díla, která se objevují v novinách a časopisech.

¹² FLDVÁRI, Kornel. O karikatúre. Levice: LCA Publishers Group, 2006. s. 18

3. Plnohodnotné umění

3.1 Karikatura neboli výtvarná publicistika

Karikatura už od počátku, kdy se začala objevovat v novinách a časopisech, nebyla brána jako součást umění. Přitom spousta významných českých karikaturistů bylo zároveň i výtvarníky. „Málokterý (z nich) je kreslířem ´čistým´, specializovaným. Většinou nacházíme vedle kreseb i grafiku a malbu, u Josefa Nováka dokonce i pracně sestavované a lepené mozaiky. Dům malíře Jiřího Wintera (Neprakty) je muzeem masek, pozoruhodných předmětů a bizarních kuriozit. A nejen to. Řada našich předních malířů, byla i karikaturisty.“¹³ Do této kategorie patří bez pochyby Josef Čapek, Rudolf Kremlička, Vlastislav Hofman, Jan Konopek nebo Alois Moravec. „To vše nás vede k přesvědčení, že vznik karikatury nelze spojovat jen s technikou tisku a rotaček, ale že souvisí s vývojem výtvarného umění, a tudíž zasahuje i problematiku uměleckou a estetickou.“¹⁴ Aby toho nebylo málo je tu ještě oblast humoru, neboli kresleného humoru. Zde si ale budeme muset vysvětlit další pojmy.

Proti všeobecně známému termínu kreslený humor staví ve své diplomové práci z roku 1969 Ivan Hanousek termín výtvarná publicistika (oponentem byl Vladimír Jiránek). Tímto pojmem upřesňuje terminologii, protože podle něj už pojem – kreslený humor – nevyhovuje potřebám zkoumání. „Výtvarná publicistika je hybridem mezi výtvarným uměním a žurnalistikou.“¹⁵ Nejblíže samotnému výtvarnému umění je samotná kresba beze slov, naopak čím větší roli v karikatuře nebo kresleného vtipu hraje text, kloní se blíže k žurnalistice. Souhře obrazů a slov se podrobně věnuji ve čtvrté kapitole, proto na tomto místě tuto problematiku nebudu prozatím rozvíjet.

Předmětem zájmu této práce je karikatura a kreslený humor v novinách a časopisech. Protože dosud nebyla napsána žádná práce na toto téma, kromě Hanouskovy studie, pro přesné vymezení předmětu mého zájmu si opět vypůjčím autorovu definici výtvarné publicistiky. „Chápu ji jako tu výtvarnou tvorbu v tisku, která zůstane po vyloučení výtvarných děl s převážně ilustrativní funkcí. Tedy jako tu výtvarnou tvorbu, která jde dál, protože k vyjádření samostatných myšlenek užívá obvykle formy humorné zkratky.“¹⁶ Jde tedy o výtvarnou tvorbu v tisku vyjma ilustrací, mezi které patří malby, kresby, ale i fotografie. Dále

¹³ PYTLÍK, Radko. Český kreslený humor 20. Století. Praha: Odeon, 1988. s. 7

¹⁴ PYTLÍK, Radko. Český kreslený humor 20. Století. Praha: Odeon, 1988. s. 8

¹⁵ HANOUSEK, Ivan. Výtvarná publicistika v českých novinách a časopisech v letech 1958 – 1968. Praha: Fakulta sociálních věd a publicistiky University Karlovy, 1969.

¹⁶ HANOUSEK, Ivan. Výtvarná publicistika v českých novinách a časopisech v letech 1958 – 1968. Praha: Fakulta sociálních věd a publicistiky University Karlovy, 1969. s. 6

sem nepatří rébusy, křížovky, kreslené testy, komiks, reportážní fotografie ani portrétní fotografie. Co tedy do výtvarné publicistiky zařadit? „Patří sem především kreslený humor a karikatury s výjimkou účelových portrétů osob.“¹⁷ To, že si necháme nakreslit karikaturu od umělce na Karlově mostě, nemá totiž s žurnalistickou tvorbou nic společného. Ale termín výtvarná publicistika je daleko obsáhlejší. Schová se pod něj i kreslený vtíp, politická karikatura, satirická kresba, obrázkový vtíp beze slov, koláž, fotomontáž nebo kreslená historka. Tato mnohočetnost s sebou nese problém, tato snaha o přesné vymezení pojmu výtvarná publicistika má své mouchy, které Hanousek druhým dechem kritizuje. „Právě tak bych mohl napsat, že se lidé dělí na muže a ženy, blondýny, brunety a studenty.“¹⁸ Uvedený termín tak skýtá nevýhody, které pramení z jeho přílišné obecnosti. „Mohl by v sobě skrývat třeba i ilustrace, nebo dokonce další mylný výklad, jako bychom měli na mysli publicistiku o výtvarném umění. Má však také svá (a mnohem silnější) pro.“¹⁹

3.1.1.

Kreslený versus výtvarný

Protože jsem si v předchozí kapitole představil pojem výtvarná publicistika, budu nyní pokračovat v jeho bližším vymezení. Proč by nestačilo pro vymezení předmětu svého zkoumání slovní spojení kreslená publicistika? Termín – výtvarný – má širší vymezení a zajišťuje, že neopomeneme běžně užívané techniky, které sem zaručeně patří. „Z této oblasti totiž nevyklučujeme například fotografie s bublinami, fotomontáže, koláže, malby, využití razítek a jiných nápaditých a běžně užívaných technik, které se zaručeně patří.“²⁰ Jak už bylo řečeno, ostatní umělecká díla nechám stranou. Výtvarná publicistika je v rámci práce podmíněna jejím výskytem v novinách a časopisech.

3.1.2.

Karikatura a publicistika

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

¹⁷ HANOUSEK, Ivan. Výtvarná publicistika v českých novinách a časopisech v letech 1958 – 1968. Praha: Fakulta sociálních věd a publicistiky University Karlovy, 1969. s. 7

¹⁸ Tamtéž

¹⁹ HANOUSEK, Ivan. Výtvarná publicistika v českých novinách a časopisech v letech 1958 – 1968. Praha: Fakulta sociálních věd a publicistiky University Karlovy, 1969. s. 8

²⁰ Tamtéž

časopisů, knížky většinou shrnují zeň této publikační činnosti.²¹ A Hanousek uvádí i další poznatek, který už jsem uvedl, že totiž řada kreslířů nepochází primárně z výtvarného prostředí. „Není náhodou, že někteří z předních autorů výtvarné publicistiky, nemají odborného výtvarného vzdělání, ale rekrutují se ze škol publicistického charakteru. Ivan Steiger vystudoval dramaturgii na FAMU a Vladimír Jiránek žurnalistiku. Pro termín výtvarná publicistika ovšem mluví ještě další vážný a nejpodstatnější důvod: skutečnost, která zatím teoretickým exkurzím do této oblasti unikla. Že totiž výtvarná publicistika je hybridem dvou různých světů, umění a žurnalistiky. A že právě pouze společné zkoumání z obou stran, totiž teoretiky novinářství a estetiky, může přinést žádaný výsledek – totiž komplexní teorii výtvarné publicistiky.“²² Dvojnáčnost toho pojmu dokumentují i vyjádření dvou výtvarníků a karikaturistů Jiřího Jirásky a Vladimíra Jiráňka (obrazová příloha č. 5). První z nich uvedl, že tvorba kolegů karikaturistů je „svébytný, náročný a lidový druh umění, nejkratší epické malby, nejkratší lyriky světa, nejneomezenější fantazie.“²³ Pohlíží na díla výtvarné publicistiky z uměleckého hlediska. Zatímco Jiránek se na tvorbu karikaturistů dívá z pohledu novináře, když tvrdí, „že lezou politické karikatuře do zelí, dokáží udělat z několika čar pamflet či esej, komentář a třeba i úvodník, který zabere silněji, než pět deka anilínových barev na zakrvácených rukou válečného štváče.“²⁴

Ať už oba nazírají na díla výtvarné publicistiky ze svého profesního pohledu, důležitý je fakt, že oba mají pravdu. V bakalářské práci zůstávám u žurnalistického pohledu.

3.1.3.

Výtvarná publicistika a umění humoru

V této kapitole přesně vymezím vztah karikatury k umění, neboli estetice. Protože je nedílnou součástí výtvarné publicistiky humor, musím zde vysvětlit a přesně definovat také pojmy vtip, komično a smích. „Všem autorům je společné jedno – vtip. Ne vždycky ve stejné míře – někdy jde o humornost zjevnou, jindy o skrytou, ne tak výraznou. Abychom však uvažovali v estetických kategoriích: jde o takzvané komično.“²⁵

²¹ Tamtéž

²² HANOUSEK, Ivan. Výtvarná publicistika v českých novinách a časopisech v letech 1958 – 1968. Praha: Fakulta sociálních věd a publicistiky University Karlovy, 1969. s. 9

²³ JIRÁSEK, Jiří. Na obranu kreseb, Kultura č. 16, Praha 1961. s. 6

²⁴ JIRÁNEK, Vladimír. Slovo k analfabetům, Mladý svět č. 16, Praha 1962. s. 11

²⁵ HANOUSEK, Ivan. Výtvarná publicistika v českých novinách a časopisech v letech 1958 – 1968. Praha: Fakulta sociálních věd a publicistiky University Karlovy, 1969. s. 10

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

1. V nějakém směru jsou odchýlením od běžné normy.
2. Nevyvolávají u konzumentů strach.“²⁶

Pomocí kresleného humoru na svět nahlížíme jinýma očima, zobrazuje postavy a události ve světle, které by nás v běžném životě nenapadly. Smích také pomáhá překonat napětí, jež způsobuje strach, protože uvolňuje atmosféru. „Účinek léčby humorem se projeví až po dlouhé době, asi jako když absolvujete kalciovou kúru. Je to vytrvalý apel na zdravý rozum. Právě ve jménu rozumu se humor stává zkreslujícím objektivem, který účelově deformovanému obrazu překvapivě dává reálné dimenze. Ale abysme zůstali na poli medicíny, mnohem důležitější než první pomoc ze strany krátkodeché konkrétní satyry je prevence. Léčba humorem, který bych z nedostatku jiného pojmenování nazval nadčasovým.“²⁷ Rozvíjím ho v další kapitole, kde jsem ho nazval podle Hanouska zařadil do větve čistě humoristické.

Komika samozřejmě platí i pro výtvarnou publicistiku. „Z hlediska estetického je to ta část obsahu novin a časopisů, která používá výtvarných prostředků k dosažení jisté míry komična, nikoliv však pouze ilustrace k samostatnému a svébytnému materiálu psanému.“²⁸ Nepatří sem tedy, jak už jsem zmínil, ilustrační kresby a fotografie. Ty totiž nedokáží samy o sobě vypovídat o událostech bez kontextu, který jim dodává text. Zato karikaturu chápeme hned v okamžiku, kdy se na ni díváme.

3.1.3.1.

Rozdělení výtvarné publicistiky z estetického hlediska

Už víme, že karikatura vzbuzuje smích, nebo alespoň úsměv na tváři. Není tomu tak ale ve všech případech, protože na druhou stranu může také pobuřovat. Čtenáři se tak rozdělují na dva tábory. Buď karikaturu přijmou, zasmějí se jí, což je důkazem toho, že se jim líbí, nebo ji

²⁶ HANOUSEK, Ivan. Výtvarná publicistika v českých novinách a časopisech v letech 1958 – 1968. Praha: Fakulta sociálních věd a publicistiky University Karlovy, 1969. s. 13

²⁷ FLDVÁRI, Kornel. O karikatúre. Levice: LCA Publishers Group, 2006. s. 17

²⁸ HANOUSEK, Ivan. Výtvarná publicistika v českých novinách a časopisech v letech 1958 – 1968. Praha: Fakulta sociálních věd a publicistiky University Karlovy, 1969. s. 14

odsoudí jako nemístný žert až urážku. Právě o to ale často karikatuře, neboli výtvarné publicistice, jde (kontroverzním tématům se více věnuji v šesté kapitole). Při rozboru a dělení můžeme jít ještě více dopodrobna. Hanousek rozdělil výtvarnou publicistiku podle estetického hlediska do tří větví:

3.1.3.1.1. Čistě humoristická

Nesnaží se útočit ani hrubě zesměšnit. „Zahrnuje především čistý vtip na základní lidská témata, (o životě, sexu, apod.) který vyvolává pouze smích, dále pak kresby na konkrétní a aktuální témata, které vyvolávají osvobozující či úlevný smích – nikoliv však nenávistný smích či výsměch.“²⁹ Jde tedy o kreslený humor v pravém slova smyslu. S touto formou výtvarné publicistiky se setkáváme v denících, ale i v humoristických časopisech nejčastěji. „Maximálně tolerantní karikatura je nesmiřitelná a zlá pouze k tomu, co ohrožuje člověka a co se demagogicky pokouší mást jeho zdravý úsudek. Už svou podstatou je demokratická. Uděluje všem stejné právo na smích, zbavuje jich společenského strnutí, a tím v jejich podvědomí boří legendy o věčných pravdách, zbavuje trůnu falešné autority, uznává jen přirozený stav věcí. Výsměšnou a na první pohled destruktivní podstatou je vždy proti, jinak nemůže; komika se rodí z extrémů, a ne ze statistického průměru.“³⁰ Tato karikatura bývá nadčasová a dokáže promlouvat k mnoha generacím. „Podobně je to s humorem dua Lasica - Satinský, kteří s vysloveným odporem vylučují možnost zakládat vtip na politických tématech; rozvíjejí spíš 'všelidské' nadčasové momenty. Tak jako oni i hloubavější karikaturisté kalkulují s mimovolními analogiemi, které člověka nutí hledat v podvědomí souvislosti, objevovat jejich skryté komické stránky.“³¹ Kdykoli je potřeba, můžeme karikaturu znovu použít s odkazem na aktuální události. „Jsou karikatury, které v průběhu epoch účinkují jako nášlapné miny. Pokojně čekají, než opět přijde jejich čas, aby nálož humoru rozmetala předsudky a myšlenkové ustrnutí a v oslnivé explozi odhalila nové a nečekané podoby lidské existence. Nové před sto lety a stejně tak nové i dnes.“³² Jako příklad uvádí Földvári staroegyptský žánrový obrázek, který zobrazuje výjev z bajky o lvu a antilopě. Král zvířat a jeho kořist zde hrají šachy, nebo jim podobnou hru. „Když si odhlédneme od 'faraónské' techniky kresby, pocítíme, že tento přímo ezopovský příběh s přinejmenším pochybným otevřeným koncem se od svého vzniku nepřestal každou chvíli odehrávat kdesi

²⁹ HANOUSEK, Ivan. Výtvarná publicistika v českých novinách a časopisech v letech 1958 – 1968. Praha: Fakulta sociálních věd a publicistiky University Karlovy, 1969. s. 14

³⁰ FLDVÁRI, Kornel. O karikatúre. Levice: LCA Publishers Group, 2006. s. 36

³¹ FLDVÁRI, Kornel. O karikatúre. Levice: LCA Publishers Group, 2006. s. 26

³² FLDVÁRI, Kornel. O karikatúre. Levice: LCA Publishers Group, 2006. s. 27

na zeměkouli – dnes v politice i v hlubokém soukromí nejednoho z nás. A jestliže máme pokračovat ezopovským jazykem: není odvážná myšička (obrazová příloha č.6) čínského autora či autorky L. Wang, která se zachránila útekem doslova přes zažívací trakt pažravého kocoura, zároveň optimistickým holdem odvážným čínským nonkonformistům?³³ S podobným soubojem velkého s malým se budeme setkávat neustále. Záleží jen jak chytře dokáže ten malý a slabší obelstít svého odvěkého nepřítele. Tento typ humoru „má nedefinovatelnou schopnost vytvářet atmosféru, navodit určitou náladu, která kdesi v hlubinách podvědomí útočí na naše city a způsob myšlení. Zdánlivě chce jen rozesmát, ale tím, že vyhledává absurdní spojení a zveličené dimenze, objevuje je nakonec v nás samých, nenápadně mění náš úhel pohledu i názory.“³⁴ Ale to není všechno, humor má i další blahodárné účinky. „Sebepoznáním z nás snímá kletbu setrvačnosti, svádí nás, abysme se vysvobodili ze zvířecí obruče bezmyšlenkovitého manipulovatelného davu. Tím, že v nás probouzí samostatné reakce, vrací nám individualitu.“³⁵

3.1.3.1.2. Satirická větev („Žádný soucit s karikovaným!“ – Adolf Hoffmeister)

Díla takového charakteru vzbuzují nenávislný smích a výsměch. Tyto reakce přináší první ze dvou nehumoristický větví výtvarné publicistiky. „Patří sem hlavně politická karikatura se všemi atributy satiry, jak je známe i z jiných oblastí – například literatury, nebo divadla.“³⁶ Satirická díla také nalezneme v novinách, ale i v časopisech. Jako příklad ze současnosti poslouží komiksový seriál Zelený Raoul, jež vychází týden co týden v časopise Reflex. Na témata z českého prostředí se zde autoři dívají očima ufona. Zobrazení bývají natolik kousavá, až se neobejdou bez kritiky, jak ze strany zesměšněných politiků, tak čtenářů.

A politikové se hlasitě ozývají a protestují, že se jim namalovaný obraz nepodobá, nebo, že je satira přehnaná. Místo toho, aby se tomu prostě zasmáli. „Úroveň společnosti, stupeň civilizace nejbezpečněji prozradí její vztah k výsměchu, schopnost při pohledu do pokřiveného zrcadla zasmát se na vlastní účet. To je případ po dlouhý čas rozvíjené se demokracie: státníci zde sbírají vlastní karikatury, ne hlavy karikaturistů.“³⁷ Tato forma satiry nejčastěji souvisí právě s politikou. „Jenže právě u jedné z nejčastějších forem – politické karikatury – převládá křik, velkohubá slova a prvoplánová hesla. Z ní vyrostl kreslený humor, teda z čehosi, co je spíš utilitární publicistikou než plnokrevným uměním; prvotní je zde

³³ FLDVÁRI, Kornel. O karikatúre. Levice: LCA Publishers Group, 2006. s. 27

³⁴ FLDVÁRI, Kornel. O karikatúre. Levice: LCA Publishers Group, 2006. s. 17

³⁵ Tamtéž

³⁶ HANOUSEK, Ivan. Výtvarná publicistika v českých novinách a časopisech v letech 1958 – 1968. Praha: Fakulta sociálních věd a publicistiky University Karlovy, 1969. s. 15

³⁷ FLDVÁRI, Kornel. O karikatúre. Levice: LCA Publishers Group, 2006. s. 25

politická aktualita, které se podřídí tvořivá fantazie i výrazové prostředky. Obyčejně si žádá, aby se polemický 'vtip' vyslovil pěkně polopatě, obyčejně a lépe i urážlivě. Málokdo z tvůrců si uvědomuje, že originální past v druhém plánu, inteligentní výsměch, kryjící se s absurditou, je zpravidla mnohem účinnější než přímý výpad kyjem. Opakující se témata se v politické karikatuře stávají samoznakem, který bez ohledu na autory volně přechází z kresby do kresby. Výtvarník ho v nejlepším případě ztvární charakteristickým rukopisem, ale nic z vlastní fantazie ani filozofie nepřidá.³⁸

Podstatu karikatury trefně vystihl Adolf Hoffmeister, když říká: „Poměr karikaturisty ke karikovanému není nikterak milostný. Karikaturista slečnu svlékne a prstem ukazuje: 'Lidi, podívejte se na ty křivý nohy.'“³⁹ A dále dodává. „Kritika je něčím mezi propagací a demagogií vůbec. Nerozhoduje, jestli je kladná nebo záporná, rozhoduje, je-li dobrá a správná.“⁴⁰ Bohužel satira byla v Československu oblíbeným nástrojem v dobách politické propagandy, zejména před rokem 1989, kdy karikatura hrdě bojovala proti imperialismu. Ten se stavěl na roveň nacistické ideologii. A platí to i naopak, pokud se vládnoucím kádrům někdo postavil, nesměl publikovat. „Cenzoři si uvědomili, že slovo kreslené je přesvědčivější než slovo psané.“⁴¹ Proto jej velmi účinně používali k propagandě a práci s veřejným míněním. Jak jinak si představit mandelinku bramborovou, než jako žravého imperialistického brouka s ostrými tesáky, kterého na naše pole shazují americká letadla? Ale právě karikatura v dobách vlády jedné strany až přehnaně upozadovala část kreslenou za textový komentář. „Klasická politická karikatura, její hvězdné vrcholky i solidní průměr mají však s podivem styčný bod s deformovanými pohrobky socialistické 'satiry bojující': málokterý kreslíř umí z konkrétní události extrahovat charakteristický moment, kterým by bez textu vyslovil podstatu. A slovní doprovod – dialog, aforistický komentář, který běžně používá část méně ve výtvarných pojmech rozmýšlejících autorů, se postupně osamostatňuje, odsouvá kresbu do druhého plánu, činí ji zbytečnou (protože nic nevyjadřuje, všechno za ni dělá slovo); dá se nahradit libovolnou jinou. Suverénní kresba se tu degraduje na typografický doplněk“⁴²

³⁸ FLDVÁRI, Kornel. O karikatúre. Levice: LCA Publishers Group, 2006. s. 48

³⁹ HOFFMEISTER, Adolf. Poezie a Karikatura: slova z let třicátých a z nedávné minulosti. Praha: Československý spisovatel, 1961. s. 37

⁴⁰ HOFFMEISTER, Adolf. Poezie a Karikatura: slova z let třicátých a z nedávné minulosti. Praha: Československý spisovatel, 1961. s. 62

⁴¹ HOFFMEISTER, Adolf. Poezie a Karikatura: slova z let třicátých a z nedávné minulosti. Praha: Československý spisovatel, 1961. s. 90

⁴² FLDVÁRI, Kornel. O karikatúre. Levice: LCA Publishers Group, 2006. s. 25

3.1.3.1.3. Avantgardní větev

Druhá nehumoristická oblast výtvarné publicistiky je narozdíl od předešlé nesatirická. „Pokrývá celou oblast tak zvaného avantgardního kresleného humoru.“⁴³ Zmiňuji ji zde pouze pro úplnost rozdělení, jelikož se s ní setkáme pouze v umělecky zaměřených periodikách, proto tato větev přesahuje hranice zájmu této práce.

3.1.4.

Výtvarná publicistika jako novinový žánr

Karikatura, kreslený humor neboli výtvarná publicistika, jak tuto oblast nazývá Ivan Hanousek je nedílnou součástí publicistiky v užším slova smyslu, protože se vyjadřuje k aktuálnímu dění, na které nazírá svým vlastní svébytným způsobem. Můžeme ji tedy chápat jako nedílnou součást žurnalistiky. Svým způsobem tomu tak je, jen k tomu používá na úkor slov primárně obrazů, nadsázky, satiry a humoru. Novináři jsou filtrem informací, když vybírají ty, které by měly být zveřejněny. A stejně je na tom i karikaturista, jež kreslí své obrazy skutečných událostí, „která byla tak důležitá, že stála za zmínku.“⁴⁴ Podobně jako noviny i karikatury se rychle kazí. Potřebují být aktuální. „Hlavním problémem politické karikatury však zůstává čas. Čím dále od karikované události, tím víc mizí její estetický účinek. Původně aktuální a provokující téma ztrácí schopnost bezprostřední komunikace a nevyhnutelně potřebuje vysvětlivky. Ono umělecké dílo, kde od estetického vjemu musíte neustále odskakovat ke komentáři, zákonitě přichází o působivost a mění se v muzejní exponát. Můžete na něm obdivovat jak autor mistrně ovládá řemeslo, ale už netoužíte vytáhnout ho z vitríny. Víte, že z něj lidské teplo už dávno vprchalo.“⁴⁵ Nemusí jít jen o výtvarnou tvorbu. „Je to stejné, jako když Cervantes vypravuje obsah Dona Quijota a editor vás v dobrém úmyslu pod čarou zasype dalšími informacemi. Požitek ze četní zmizí kdesi při přebíhání mezi těmito dvěma textovými rovinami.“⁴⁶

Ale zpět k časové rovině. Ta je v případě karikatury opravdu tím nejdůležitějším. „Karikatura žije svůj vlastní stručný život. Je dána situací, která umírá. Je mrtvá, když není uveřejněna ihned. Volá po své publicitě. Potřebuje noviny, jako noviny potřebují ji. Je-li reportáž, je-li

⁴³ HANOUSEK, Ivan. Výtvarná publicistika v českých novinách a časopisech v letech 1958 – 1968. Praha: Fakulta sociálních věd a publicistiky University Karlovy, 1969. s. 15

⁴⁴ HOFFMEISTER, Adolf. Poezie a Karikatura: slova z let třicátých a z nedávné minulosti. Praha: Československý spisovatel, 1961. s. 47

⁴⁵ FLDVÁRI, Kornel. O karikatúre. Levice: LCA Publishers Group, 2006. s. 25

⁴⁶ FLDVÁRI, Kornel. O karikatúre. Levice: LCA Publishers Group, 2006. s. 26

průvodem nebo satirou událostí v politice, hospodářství, literatuře, musí být spatřena, nakreslena a dána do tisku takřka v téže chvíli.⁴⁷

Zde platí zákony podobné pro žurnalistiku. Protože jak novináři, tak kreslíři zaznamenávají tok událostí. „Hrát lze jen divadlo. Karikatura je výlučně odrazem pravdivé skutečnosti, nepotřebuje scénář ani ateliér. Potřebuje kameru a šíleného reportéra.“⁴⁸

Výtvarná publicistika je „nepochybně takový specifický novinový žánr, který užívá k vyjádření určité myšlenky, nebo k dosažení určité reakce u čtenáře, odpovídajícího výtvarného, nikoliv písemného projevu. Dále by se mělo brát v úvahu, že může jít o výtvarné vyjádření ve spojení s psaným slovem (například využívající kontrapunktu slova a obrazu), ale i bez tohoto spojení, tedy zcela beze slov.“⁴⁹ Přesto je nutné zdůraznit, že i v tomto případě Hanousek používá termín čtenář nikoliv pouhý konzument uměleckého díla.

Jak tedy výtvarnou publicistiku zařadit do kontextu novinových žánrů? „Jde u žánr charakteru uměleckého, bude tedy v sousedství fejetonu, nebo bude mít místo spíše poblíž komentáře?“⁵⁰ Odpověď na tyto otázky není jednoznačná, podívejme se na ni podrobněji.

3.1.4.1.

Funkce výtvarné publicistiky

Možnosti kresleného humoru jsou nepřeberné, proto činí veliké obtíže stanovit pevné hranice mezi žánry, které by obsáhly všechny oblasti jeho zájmu. „Na první pohled se zdá být jasné, že nepůjde o funkci jedinou, univerzální. Po dlouholetém zkoumání velkého množství publikovaných kreseb v našem tisku jsem dospěl názoru, že výtvarná publicistika dokáže svými prostředky, svou žánrovou šíří prakticky obsáhnout téměř všechny funkce, které plní ostatní novinové žánry.“⁵¹ Tady však nemůžeme tvrdit, že by ji mohla plně nahradit. Výtvarná publicistika si to neklade za cíl, jde pouze o jiný náhled na stejné témata, která rozebírají žurnalisté ve svých psaných komunikátech. To ale neznamená, že by měly obrazová ztvárnění menší váhu. „Jde o jakousi druhou rovinu, vznášející se paralelně nad rovinou psaného slova běžných novinových žánrů. Dovedeno ad absurdum, dal by se složit třeba celý časopis výhradně z děl výtvarné publicistiky, který by obsahoval všechny žánry. Jednotlivé kresby by

⁴⁷ HOFFMEISTER, Adolf. Poezie a Karikatura: slova z let třicátých a z nedávné minulosti. Praha: Československý spisovatel, 1961. s. 71

⁴⁸ HOFFMEISTER, Adolf. Poezie a Karikatura: slova z let třicátých a z nedávné minulosti. Praha: Československý spisovatel, 1961. s. 75

⁴⁹ HANOUSEK, Ivan. Výtvarná publicistika v českých novinách a časopisech v letech 1958 – 1968. Praha: Fakulta sociálních věd a publicistiky University Karlovy, 1969. s. 16

⁵⁰ HANOUSEK, Ivan. Výtvarná publicistika v českých novinách a časopisech v letech 1958 – 1968. Praha: Fakulta sociálních věd a publicistiky University Karlovy, 1969. s. 17

⁵¹ Tamtéž

tak plnily funkci úvodníku, komentáře, přes zpravodajskou funkci až po funkci fejetonu, zábavního materiálu, rébusu a dokonce i románu na pokračování.⁵² Pokud bychom šli ještě dál, dala by se výtvarná publicistika využít i pro inzertní strany na zobrazení reklamy. Uvádím to zde pouze jako příklad nepřeborných možností, které s sebou nese využití obrazu a případné kombinace se slovy, ale tady už přesahuji do oblasti, která je nad rámec této práce. Přesto jsou žurnalistické funkce, pro které je výtvarná publicistika přímo zrozena. „Do jisté míry už samou svou povahou netají se v každé funkci především svou schopností komentovat, často kriticky.“⁵³ Tady se cítí nejlépe. Podívejme se na oblasti, jež jsou pro výtvarnou publicistiku nejzásadnější.

Výtvarná publicistika se osvědčuje ve třech oblastech:

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

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

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

Tady se dostávám k samé podstatě výtvarné publicistiky, která, jak už její název napovídá, stojí na pomezí umění a publicistikou. Sama o sobě má nepřebornou šíři možností, která témata si vybrat a jak je následně ztvárnit. Ale její vysvětlení a přesné vymezení není tak jednoznačné, jak by se podle výše uvedeného dělení mohlo zdát. „Je specifickým hraničícím žánrem mezi uměním a publicistikou. Obsahuje náboj komična, kterého dociluje především výtvarnými prostředky, někdy ve spojení s psaným slovem. Tím se liší od ostatních novinových žánrů, které užívají pouze psaného slova, případně fotografie.“⁵⁴ Právě proto by výtvarná publicistika měla být zkoumána, coby plnohodnotný žurnalistický útvar. „V novinách zastává nejčastěji funkci komentáře (kritické poznámky, polemiky), dále funkci zábavní a funkci svébytného žánru uměleckého. Ve výtvarném umění zastává podobné místo jako v umělecké literatuře anekdoty, aforismy, epigramy. Hlavními znaky výtvarné

⁵² Tamtéž

⁵³ HANOUSEK, Ivan. Výtvarná publicistika v českých novinách a časopisech v letech 1958 – 1968. Praha: Fakulta sociálních věd a publicistiky University Karlovy, 1969. s. 19

⁵⁴ HANOUSEK, Ivan. Výtvarná publicistika v českých novinách a časopisech v letech 1958 – 1968. Praha: Fakulta sociálních věd a publicistiky University Karlovy, 1969. s. 20

publicistiky jsou stručnost, zkratka a náznak. Pracuje také často s alegorií, neobvyklým spojením a kontrapunktem.“⁵⁵ Tedy s prostředky, které se jsou v žurnalistice příznačné pro dílčí oblast syžetovou.

⁵⁵ HANOUSEK, Ivan. Výtvarná publicistika v českých novinách a časopisech v letech 1958 – 1968. Praha: Fakulta sociálních věd a publicistiky University Karlovy, 1969. s. 21

4. Jazyk karikatury

4.1 Sourozenec komiks

Když mluvím o karikatuře, nemůžu opomenout příbuznou formu vyjádření - komiks. Ten nám pomůže osvětlit některé zákonitosti. Oba žánry pracují s propojením slova a obrazu. Karikatura i komiks ale dokáží vyjádřit vše podstatné i beze slov.

Jak si mohu dovolit dávat dohromady zábavu pro teenagery s uměním vystihnout okamžik zachycený v karikatuře? Není to nic neobvyklého, vždyť podobnost mezi nimi vidí už Marshall McLuhan. „Comics dvacátého století se v mnohém knihtisku – a dokonce i primitivnímu dřevorytu – podobají. Strukturální vlastnosti knihtisku a dřevorytu se objevují také u karikatury; všem těmto žánrům je společný participační a kutilský charakter, který dnes prostupuje širokou oblast vnímání médií. Knihtisk je klíčem ke karikatuře, stejně jako je karikatura klíčem k pochopení televizního obrazu.“⁵⁶ Ten však komiks řadí k nižšímu umění pro masu. Také karikatura dlouho bojovala, než byla uznána za rovnoprávný žánr.

4.2 Společné znaky s karikaturou

Než se podívám na jazyk, kterým karikatura mluví, musím pro účel této práce ohraničit význam pojmů ikona a ikon. Obě zobrazují předměty na základě podobnosti. Ikoně ponechám zúžení na pravoslavné obrázky svatých. U ikonu jde o vztah znaku a zastupované skutečnosti, jenž je dán vnější podobností, či objektivní shodou. Jejich podstatou je zjednodušení. Zde vidím podobnost s karikaturou, vždyť ta pracuje přesně na tomto principu. Než se k ní dostanu, musím ještě pokračovat v členění ikonů. Pro naše potřeby budu používat výraz ikon jak sémiotický termín ve významu jakéhokoli zobrazení, které má znázorňovat osobu, místo, věc nebo myšlenku. Rozšířím si jej.

Prvním z nich vyjadřují totéž co symboly, ale jde vlastně o poddruh ikonů. „Ty zastupují jisté představy, myšlenky a filozofie.“⁵⁷ Sem patří vlajky států, ale i znaky a značky všech možných organizací od zeleného nápisu Greenpeace až po zářící žluté M od McDonalds. Pod každým z nich si představíme určité konotace.

Mezi další typ ikonů patří písmena různých znakových systémů, čísla, ale i matematické značky nebo noty. McCloud je nazývá ikonami praktického světa, neboli ikonami jazyka, vědy a komunikace. Patří sem znaky státních měn, ale i v mediálním, uměleckém a

⁵⁶ MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím: Extenze člověka*. Praha: Odeon, 1991. s. 156

⁵⁷ MCCLOUD, Scott. *Jak rozumět komiksu*. Brno: BB/art, 2008. s. 27

ekonomickém světě důležitá značka ©. Každému zasvěcenému stačí pouhý letmý pohled a okamžitě ví, že dílo takto označené se nesmí kopírovat.

Právě s tímto typem se setkáváme ve všech komisech a karikaturách. Vždyť do této skupiny ikonů náleží i rámečky a bubliny. Rámečky, jež ohraničují prostor karikatury a komiksu. Bubliny, pomocí kterých komunikují postavy, mluvící na nás z nakresleného světa.

Do třetice „jsou tu ikony, kterým říkáme obrázky. Jsou určené k tomu, aby se skutečně podobaly svým předobrazům.“⁵⁸ Zde je vidět zásadní rozdíl mezi obrázkovými a neobrázkovými ikonami. Ty se od obrázkových ikonů liší v tom, že „mají vždy pevně daný absolutní význam. A konkrétní ztvárnění jejich význam nijak nemění, protože zastupují neviditelní ideje.“⁵⁹ Písmeno M bude vždy em, ať ho napíšeme na počítači jakýmkoli typem písma. „Zato u obrázků je význam proměnlivý, podle toho, jak se výrazně se liší od reality.“⁶⁰ Jako příklad poslouží portrét tváře. Nejblíže se skutečným předlohám podobají fotografie a realistické kresby. „Samozřejmě je i tak od skutečné tváře odlišuje řada věcí – jsou menší, ploché, ne tak detailní, nehybné. Ale jako obrázkové ikony jsou realistické až dost.“⁶¹ Jejich úroveň abstrakce je malá. Zjednodušeně můžeme říct, že tomuto obrazu se bude podobat jen malý okruh reálných tváří. V nejlepším případě pouze jedna. Když ale tvář překreslíme abstraktněji, zůstanou jen obrysy a stínování, stále rozeznáme lidskou tvář. Tento styl kresby používají autoři dobrodružných komixů. Budeme-li dál zjednodušovat, neboli pokračovat v abstrakci, vzdálíme se skutečné fotografii. Až dojdeme k nejabstraktnějšímu zobrazení lidské tváře, ke kolečku se dvěma tečkami místo očí a čáře znázorňující ústa. Jak je možné, že nikdo nezůstane na pochybách, že se stále jedná o tvář. „Jak je možné, že i tak je tento ikon pro náš zrak pořád přijatelný? Proč nám připadá stejně skutečný jako ty ostatní (méně abstraktní ztvárnění)?“⁶² Tady se dostávám k samé podstatě karikatury, prostřednictvím zjednodušení totiž dochází k zesílení jejího vnímání. „Když výtvarník demontuje obraz až na jeho zásadní význam, zároveň tím tento význam zesílí tak, jak to realistické umění nedovede.“⁶³ Tvůrce karikatury tak může pomocí míry abstrakce kresby zaostřit čtenářovu pozornost na myšlenku, kterou chce sdělit.

⁵⁸ MCCLOUD, Scott. *Jak rozumět komiksu*. Brno: BB/art, 2008. s. 27

⁵⁹ MCCLOUD, Scott. *Jak rozumět komiksu*. Brno: BB/art, 2008. s. 28

⁶⁰ Tamtéž.

⁶¹ Tamtéž

⁶² MCCLOUD, Scott. *Jak rozumět komiksu*. Brno: BB/art, 2008. s. 29

⁶³ MCCLOUD, Scott. *Jak rozumět komiksu*. Brno: BB/art, 2008. s. 30

4.2.1. Univerzálnost karikatury

Co všechno se odehrává v mysli čtenáře, když se dívá na karikaturu? Nejlépe si její vliv vysvětlíme na zobrazení tváře jako kruhu se dvěma tečkami a čarou místo úst. „Skutečnost, že mozek dokáže přijmout kruh, dvě tečky a přímkou a proměnit je v obličej, je naprosto neuvěřitelná! Ještě neuvěřitelnější však je, že tomu, abyste tu viděli tvář, se nemůžete ubránit (obrazová příloha č.7). Mozek vám to prostě nedovolí!“⁶⁴ Podle McClouda jsou lidé sebestředný živočišný druh. Vidíme podobnost i ve věcech, které tvářemi nejsou. Co třeba maska automobilu? Světla nám připomínají oči a nárazník ústa. Ale i zásuvky ve zdi můžeme rozpoznat podobný obraz. Proč jim věnujeme takovou pozornost? Pokud se zrovna nedíváme do zrcadla, naši tvář vidí všichni ostatní, jen ne my sami. Když se usmějeme, uvědomíme si, jak se nám mění mimika. McCloud poukazuje na fakt, že úsměv nezaznamenáme pouze tím, že cítíme, jak se tváře při tomto procesu stahují a kolem očí se nám dělají vrásky. Ale to není všechno. Při úsměvu totiž masce zvané obličej prostě věříme, že rozkaz provede. Jenže tvář, kterou vidíme v duchu, není stejná, jako ta, kterou vidí ostatní.

Rozdílnost pohledu si vysvětlíme na rozhovoru dvou osob. „Když spolu mluví dva lidé, obvykle se dívají jeden přímo na druhého a rysy toho druhého vidí zřetelně a podrobně.“⁶⁵ Oba vidí obraz, který bysme mohli přirovnat k realistické kresbě. S tou souvisí malá míra abstrakce. Ale otázkou zůstává, jak vidí tito dva sami sebe? „Oba mají setrvalé povědomí o vlastní tváři, ale takový myšlený obraz není ani zdaleka tak zřetelný, je to jen povšechné uspořádání... pocit tvaru... vědomí obecného rozmístění obrysů.“⁶⁶ V mysli se nám vytváří elementární a prostý obraz sebe sama. Vidíme svou abstraktní podobu spíš jako karikaturu.

V tom spočívá kouzlo karikatury, důvod, proč nám připadá tak přitažlivá. „Když se podíváme na fotografii nebo realistickou kresbu tváře, vidíme ji jako tvář jiného člověka. Zato když vstoupíme do světa karikatury, vidíme sami sebe.“⁶⁷

Z této funkce těží i tvůrci kreslených filmů. „I když tu samozřejmě hrají roli i další faktory, jako je univerzální ztotožnění, jednoduchost a dětské rysy mnoha kreslených postav.“⁶⁸ Tím se vysvětluje pro někoho až dotěrně roztomilé vzezření myšáka Mickyeho a jemu podobným fenomenálně úspěšných dětských hrdinů. Se svým hrdinou se ztotožní. „Karikatura je prostě vakuum, které do sebe vtahuje naši osobnost a naše vědomí, je to prázdná skořápka, kterou obsadíme, abychom se v ní mohli vydat do jiné říše. My karikaturu jen nepozorujeme, my se

⁶⁴ MCCLOUD, Scott. *Jak rozumět komiksu*. Brno: BB/art, 2008. s. 31

⁶⁵ MCCLOUD, Scott. *Jak rozumět komiksu*. Brno: BB/art, 2008. s. 35

⁶⁶ MCCLOUD, Scott. *Jak rozumět komiksu*. Brno: BB/art, 2008. s. 36

⁶⁷ Tamtéž

⁶⁸ Tamtéž

jí stáváme!“⁶⁹ Navíc zjednodušenému obrazu postavičky věnujeme mnohem větší pozornost, protože nás neruší zbytečné propracované detaily.

4.2.2. Karikatura jako kousek čtenářovi osobnosti

Jak se dostáváme k podstatě karikatury objevujeme stále větší podobnost s jiným médiem, které taky vyžaduje vysokou míru participace diváka. Máme na mysli televizi, jejíž účinky na člověka brilantně popsal Marshall McLuhan. Spolu s komiksem ji řadí mezi chladná média. Ty poskytují divákovi a čtenáři „jen velmi málo údajů o nějakém bližším časovém či prostorovém aspektu předmětu. Divák či čtenář je nucen účastnit se doplňování a interpretace několika málo obrysových náznaků. Z toho vyplývá velmi vysoký stupeň participace diváka, který musí doplňovat to, co je v mozaikové síti bodů jen naznačeno.“⁷⁰ Televize, komiks a karikatura jsou přitažlivé proto, že vtahují uživatele jako tvůrce a účastníka. Jde o „formu nevizuálního sebeuvědomění, jež nastává při interakci lidí s neživými předměty.“⁷¹ Při této činnosti se ztotožníme s hrdiny. V našich představách jim vdechne život.

Podobné ztotožnění nastává i v reálném světě. McCloud tento proces vysvětluje na jízdě automobilem. „Při řízení auta toho prožíváme podstatně víc, než jen to, co registruje našich pět smyslů. Bez ustání si ostře uvědomujeme celé auto – ne jen ty jeho části, které vidíme, slyšíme a nahmatáme.“⁷² Celý princip funguje stejně, jako když si uvědomujeme, co dělají ruce nebo nohy v okamžiku, kdy se na ně zrovna nedíváme. „Vůz se stane prodloužením našeho těla. Pohlcuje nás smysl pro vlastní totožnost. Stáváme se autem.“⁷³ Důsledkem toho je rozšířené sebeuvědomění. Pokud narazí jiné auto do vozu, který řídíme, nastane tato situace. Šofér totiž skoro vždycky řekne něco jako: „Sakra! Vrazil do mě!“ Vůbec ho v této chvíli nenapadne říci: „Vrazil do mého auta!“ A už vůbec ne: „Jeho auto vrazilo do mého auta!“⁷⁴

Jak už jsem uvedl výše, člověk je sebestředný tvor a jeho „totožnost a sebeuvědomění se denně promítají do celé řady neživých předmětů. Například naše šaty mohou způsobit spoustu proměn v tom, jak nás vnímají naši bližní i jak vnímáme sami sebe.“⁷⁵ Podle tohoto principu měníme styl oblečení podle situace. Na firemní večírek přece nepůjdeme v plavkách, stejně tak jako nejspíš nebudeme sportovat ve smokingu.

⁶⁹ MCCLLOUD, Scott. *Jak rozumět komiksu*. Brno: BB/art, 2008. s. 36

⁷⁰ MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím: Extenze člověka*. Praha: Odeon, 1991. s. 153

⁷¹ MCCLLOUD, Scott. *Jak rozumět komiksu*. Brno: BB/art, 2008. s. 38

⁷² Tamtéž

⁷³ Tamtéž

⁷⁴ Tamtéž

⁷⁵ MCCLLOUD, Scott. *Jak rozumět komiksu*. Brno: BB/art, 2008. s. 38

Jenže ztotožnění neplatí jen pro oblečení. Setkáváme se s ním u celé řady běžných věcí, bez kterých si život nedokážeme představit. „Naše schopnost přenosu totožnosti na neživé předměty dokáže změnit dva kusy dřeva v nohy (při zranění používáme berle), nebo udělat ruce z kousku kovu (jídlo konzumujeme příborem), z trochu plastu jsou hnedle uši (s telefonem u hlavy), a z kousků skla oči (slabší zrak vylepšujeme brýlemi).“⁷⁶

Ve všech těchto případech jde podle McClouda stále o sebeuvědomění, které proudí z lidského nitra ven. Tímto způsobem dokážeme pojmout i předmět naší rozšířené působnosti. Důležité je, že tato rozšíření stejně jako vlastní biologickou podstatu vnímáme prostřednictvím zjednodušených obrazů. Tímto jednoduchým rozborem lidského vnímání pronikáme do samé podstaty vnímání karikatury, protože ta na nás promlouvá stejným jazykem - pomocí zjednodušených obrazů.

4.2.3. Dvě sféry vnímání: podstata karikatury

Zdá se, že jsem toho ke způsobu, jakým karikatura dokáže zaujmout člověka, řekl už dost. Ale ještě nejsem u konce. Nyní se podíváme na její samotnou podstatu.

Cokoli vnímáme můžeme rozdělit do dvou sfér. První je ta, kterou vnímáme svými smysly. Můžeme ji vidět, sáhnout si na ní. Patří sem všechny objekty, se kterými přicházíme do styku. Druhá sféra je ukrytá uvnitř v naší hlavě. „Naše vlastní totožnost patří permanentně do pojmového světa. Nemůžeme ji vidět, slyšet, cítit, hmatat ani chutnat. Je to pouhá myšlenka.“⁷⁷ Tím jak se seznamujeme s okolním světem (například jako dítě po narození, když si teprve uvědomuje samo sebe) obrazně saháme zevnitř ven. Na příkladu s nabouraným autem jsme ale zjistili, „že i předměty z fyzického světa mohou překonat rozhraní (mezi světem smyslů a pojmu) a získat vlastní totožnost. Anebo jako rozšíření nás samotných se mohou rozzářit životem, který jim propůjčíme my.“⁷⁸

Kouzlo karikatury tak spočívá v tom, že za pomoci zjednodušení postav a objektů z hmotného světa ožívají v naší mysli. „Karikatura u objektů z hmotného světa snižuje význam vnějškového vzhledu a naopak posiluje myšlenku nebo formu. Tím se postava dostává do světa pojmů.“⁷⁹ A platí to i naopak. Chce-li výtvarník zdůraznit vnější svět použije k tomu tradiční realistické ztvárnění. Proto některé komiksy a karikatury používají jako pozadí realistickou kresbu, zatímco postavy jsou nakresleny za pomoci karikatury. „Taková

⁷⁶ MCCLOUD, Scott. *Jak rozumět komiksu*. Brno: BB/art, 2008. s. 39

⁷⁷ MCCLOUD, Scott. *Jak rozumět komiksu*. Brno: BB/art, 2008. s. 40

⁷⁸ Tamtéž

⁷⁹ MCCLOUD, Scott. *Jak rozumět komiksu*. Brno: BB/art, 2008. s. 41

kombinace dovoluje čtenáři, aby si nasadil masku postavy a bezpečně vstoupil do světa, který stimuluje smysly.“⁸⁰

Pokud jsou i neživé předměty vykresleny zjednodušeným stylem, získají tím nádech života. „Jako by měly vlastní totožnost, takže kdyby se nějaký sebral a dal se do zpěvu, ani by to nepůsobilo nepatřičně.“⁸¹

Nyní se dostávám k samotné podstatě karikatury. McCloud popisuje její výhodu proti ostatním způsobům vyjádření a sdělení myšlenky. „Vypravěči ze všech uměleckých médií dobře vědí, že spolehlivým indikátorem toho, do jaké míry si získají zájem publika je to, nakolik se dokáže příjemce identifikovat s postavami. A protože míra divákovy identifikace je obzvláště silná u karikatury, karikatura jako taková měla historicky vzato vždy snadnější úlohu, když se kdekoli na světě chtěla prosadit do populární kultury.“⁸² Jak uvedu v páté kapitole v krátkém historickém přehledu, je snadné této schopnosti karikatury zneužít pro zájmy propagandy. Na druhou stranu dokáže satirický pohled na svět bojovat proti bezpráví a státním zřízením. Karikatura je díky svému jednoduchému jazyku přístupná širokému publiku. Ale nesmíme to chápat ve smyslu „širokého hloupého publika.“ Její myšlenku je třeba pochopit a vyložit si ji po svém.

4.2.4. Míra abstrakce: od fotografie ke slovům

Při hledání místa, které karikatuře patří jsme vyšli z realistické kresby a fotografie. Čím víc se její linky zjednodušují, dochází k většímu ztotožnění se čtenářem. Větší míra abstrakce umožňuje snáze se vžít do předávané myšlenky nebo jinak řečeno – zvýrazní poselství, které chce autor čtenáři předat. Ale to s sebou nese úskalí. Čím víc je výtvarné ztvárnění abstraktní, vyžaduje vyšší úroveň chápání. Na přímce mezi pouze vnímaným a chápaným je karikatura uprostřed. Ještě abstraktnější než karikatura jsou slova. „Když jsou slova výraznější, přímější, vyžadují si nižší úroveň chápání a jsou vnímána spíše jako obrázky.“⁸³ Když se díváme na obraz, neboli realistické ztvárnění skutečnosti, nepotřebujeme na jeho vnímání žádné vzdělání, a přesto mu porozumíme. Čím jdeme blíže ke slovům, na přímce doprava, potřebujeme specializované znalosti. Abychom jimi „dešifrovali abstraktní symboly psaného jazyka. Slovesnost, to je chápaná informace.“⁸⁴ Jenže karikatura, podobně jako komiks, pracuje jak se slovy, tak s obrazy. Tato oblast je vymezená třemi vrcholy, které ohraničují celkový obrazový

⁸⁰ MCCLOUD, Scott. *Jak rozumět komiksu*. Brno: BB/art, 2008. s. 43

⁸¹ MCCLOUD, Scott. *Jak rozumět komiksu*. Brno: BB/art, 2008. s. 41

⁸² MCCLOUD, Scott. *Jak rozumět komiksu*. Brno: BB/art, 2008. s. 42

⁸³ MCCLOUD, Scott. *Jak rozumět komiksu*. Brno: BB/art, 2008. s. 49

⁸⁴ Tamtéž

slovník karikatury, stejně jako každého vizuálního umění. Pomocí těchto tří vrcholů, můžeme zařadit každou karikaturu. Když se na trojúhelník podíváme z pohledu dějin umění, můžeme všechny tvůrce najít v prostoru vymezeném těmito třemi body. Autoři, kteří „se blíží levému dolnímu rohu (reality), pravděpodobně přitahuje krása přírody.“⁸⁵ Patří sem malíři z období Rembrandta a jeho vrstevníků. Z žurnalistických žánrů můžeme zmínit dokumentární fotografii. Umělce na vrcholku (zvaném obrazová rovina) přitahuje krása umění jako takového. Typickým příkladem je Pablo Picasso, nebo expresionisté. Umělce a tvůrce směřující k pravému dolnímu rohu (neboli k významu) zase přitahuje krása myšlenek. Pokud se vyjadřují jen slovy, překročili v míře abstrakce hranice jazyka. Sem můžeme zařadit novináře, spisovatele a básníky. Na pomezí abstraktních obrazů a slov pak karikaturisty, protože spojují kreslenou a psanou formu svého vyjádření.

4.2.4.1. Syntezie smyslových vjemů

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

⁸⁵ MCCLOUD, Scott. *Jak rozumět komiksu*. Brno: BB/art, 2008. s. 57

5 Stručná historie karikatury

5.1 Vznik karikatury

5.1.1. Počátky

Přestože je karikatura spojena s žurnalistikou, její kořeny sahají až do období starověku. Už v Aristotelově Poetice nalezneme komično v sousedství 'ošklivého' a vývoj karikatury toto tvrzení podporuje. Zvláště v počátcích, kdy byla vnímána na pozadí tradiční kresby, projevuje se rytmus invence a zjednodušení zakřivenými liniemi, které, i když se zcela nevzdalují skutečnosti, mají blízko k deformaci a znetvoření. Tyto náznaky můžeme pozorovat v době renesance, především na dílech Leonarda da Vinciho. „Kresebnými a malířskými groteskami se vyznačují apokalyptické obrazy Hieronyma Bosche nebo obrazy Petera Breugela, které vzešly z malířství miniatur. Za zakladatele vlastní karikatury jsou považováni bratři Carracciové, u nichž již ve vztahu pravdy a zjednodušení dochází k uvolněnosti, v 18. století pak ztělesňují tuto hranici humorné situace a charaktery Williama Hogartha.“⁸⁶ Podobně je tomu i u Caprichos, které vytvořil Francisco de Goya ve volných chvílích, když maloval členy španělské královské rodiny. Ve všech těchto případech se jedná o umění a zmiňuji jej zde proto, že i dnešní autoři výtvarné publicistiky v nich mohou hledat inspiraci.

Najít přesné datum vzniku karikatury jako žurnalistického fenoménu není lehké. Vždyť by se za ni mohly považovat i nástěnné malby jeskynních lidí, nebo kresby v egyptských chrámech. „Do karikatury se zahrnovaly například primitivní bůžkové nebo fantazijní středověké nestvůry.. Ty z ní však byly brzo vyloučeny, jelikož jim chybí hanlivá tendence ke komickému, k humoru nebo satíře.“⁸⁷ Pro účel této práce ale budu datovat vznik karikatury o mnoho století později. Začíná sice renesancí a da Vinciho komickými hlavami, ale jeho kořeny sahají až do doby rozmachu periodického tisku.

V Česku vznik karikatury stanovil Adolf Hoffmeister (obrazová příloha č. 1) na revoluční rok 1848, ale sám jej poté rozmlžil. „Přesné vymezení začátku, případně konce je ve sféře umělecké tvorby zpravidla problematické, ne-li přímo nemožné. Vždy se odvíjí od konkrétní definice a následné interpretace.“⁸⁸ Sledovat podrobný vývoj a proměny karikatury v čase až do současnosti představuje úkol přesahující cíle a možnosti této práce, proto si dovolu

⁸⁶ PYTLÍK, Radko. Český kreslený humor 20. Století. Praha: Odeon, 1988. s. 9

⁸⁷ CHROBÁK, Ondřej, WINTER, Tomáš. V okovech smíchu. Praha: Gallery, 2006. s. 8

⁸⁸ CHROBÁK, Ondřej, WINTER, Tomáš. V okovech smíchu. Praha: Gallery, 2006. s. 8

přeskočit v čase do doby, kdy začíná karikatura vypadat tak, jak ji dnes známe z novin a časopisů.

Právě až devatenácté století přineslo rozvoj tisku a s tím jde ruku v ruce i rozmach karikatury. Až tady začíná opravdová historie karikatury. V roce 1895 se v listech New York Journal objevila postavička Yellow Kida, která odstartovala oblibu komixů a dalších kreslených útvarů, mezi nimiž samozřejmě nechybí ani karikatura. Nástup rotaček ji přineslo masovému publiku.

U nás se v té době kreslený humor objevoval spíš ve studentských časopisech (Blbárna, Paleta, Špachtle), protože tam nebyl pod tlakem vydavatelství. Studenti si mohli dovolit kritizovat koho chtěli. Ještě lepším médiem byly „památníky, které spolu s časopisy nabízely větší příležitost k svobodnějšímu formulování postojů a názorů. Současně byly platformou kolektivní kreativity a sdílené zábavy. Na jejich půdorysu se zrodil fenomén umělecké bohémy. Karikatura se díky nim stala jazykem nekonvenčního umění.“⁸⁹ Z významných časopisů nesmíme zapomenout na Humoristické listy nebo Trn.

5.1.2. Těžké časy

„Optimismus je opium lidstva. Zdravý duch páchne blbostí! Ať žije Trockij!“ (Milan Kundera, Žert)

Naplněno pak u nás karikatura ožila ve dvacátém století. Ať už předválečná, nebo meziválečná doba, obě přinesly spoustu podnětů pro tvorbu karikaturistů. K těm nejvýznamnějším v té době patřil Zdeněk Kratochvíl, Josef Váchal, František Kellner, Josef Lada (obrazová příloha č. 2) i Josef Čapek. Mezi karikaturisty se řadí i světoznámý malíř Emil Filla. V období druhé světové války přicházejí další významné osobnosti nejen výtvarného života. Mám na mysli Antonína Pelce (obrazová příloha č. 3), Františka Bidla (obrazová příloha č. 4) a Josefa Čapka. Samostatnou kapitolou je karikatura v období druhé světové války, kdy bojovala proti nacismu a válce vůbec. To jí bohužel vydrželo i s nástupem komunismu, kteří potřebovali udržovat povědomí o zdánlivém zlu a permanentním nepříteli, v té době vykonstruovaném. Monopol na zábavu získal stranou monitorovaný časopis Dikobraz.

Jakýkoli náznak, jež by podřýval autoritu jedné strany, byl podchycen hned v začátku. V nejlepším případě upadl do ilegality. „I za menší žertíky se v době komunistického teroru padesátých let a pak i v době normalizace ničily životy a povolání. Sovětská idyla byla sice

⁸⁹ CHROBÁK, Ondřej, WINTER, Tomáš. V okovech smíchu. Praha: Gallery, 2006. s. 9

hrdě ateistická, ale přesto nepřipouštěla žádnou božskou legraci, která by se jí týkala. Žert o bozích komunismu či o revoluční spáse byl vždy již hrdelní svatokrádeží. Kunderův román (který uvozuje podkapitolu) byl pro totalitní režim nebezpečný, neboť jasně ukázal, že ti, kdo mají z ironie, sardonie a humoru strach, nejsou bohové, kteří v božské komedii hrají klíčové role, ale mocní tohoto světa, kteří si na Boha hrají. Je možné se svatokrádežně dotknout Boha abrahámských náboženství karikaturou? Možné by to bylo, jen pokud si nekonečné Jedno lze představit, pojmově ho obsáhnout a následovně ho spodobnit.⁹⁰

Hrdě ateistická sovětská idyla nepřipouštěla žádnou božskou legraci, která by se jí dotýkala. Nejvíce to bylo znát v době komunistického teroru padesátých let a posléze i v normalizaci. „České švejkovské povaze se přinejmenším od třicetileté války mezi křesťanskými vyznáními zdá být ironie druhou přirozeností, a proto se jejímu ostří historicky nevyhne žádná autorita či tradice, české ironii tedy není „svaté“ vůbec nic. Ale ironie není totéž co duchovnost. Teprve humorem se rozbíjí iluze naivní lidské vůle k dobru. Dává-li ironie české nátuře určitý odstup od fanatické horlivosti, ať už pro církve či strany, pak teprve humor obnažuje iluze, které má člověk a národ sám o sobě. Češi ve své většině holdují štědře ironii, avšak humor mířící na vlastní dobrotu, nevinu, něžnost, sametovost či pracovitost postrádají. A proto sice netrpí fanatismem, ale také nepřekypují vážností.“⁹¹ Krátký historický exkurz nyní ukončím, protože není pro tuto práci stěžejním tématem. V příští kapitole se podívám do současnosti. Byli jsme svědky něčeho, co navždy změnilo vnímání karikatury.

⁹⁰ BECK MATUŠÍK, Martin. Žert a Svatokrádež: Literární noviny, č. 8, 2006, s. 1

⁹¹ BECK MATUŠÍK, Martin. Žert a Svatokrádež: Literární noviny, č. 8, 2006, s. 1

6. Kontroverzní témata

6.1 Zobrazení Mohameda

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

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

A události šly ještě dál. 12. února 2008 zatkla dánská policie tři muže, kteří plánovali atentát na autora jedné z dvanácti karikatur Kurta Westergaarda. Ten zobrazil Mohameda s bombou místo turbanu. Od té doby jej hlídá ochranka. Hned další den jeho karikaturu znovu otiskl deník Jyllands-Posten na protest proti úpadku svobody slova. A rozbouření pokračovalo i v říjnu 2008, kdy Taliban označil dánské vojenské jednotky v Afghánistánu za svůj hlavní cíl. Debata o svobodě slova zveřejněním karikatur tak dostala výraznou trhlinu. Flemming Rose - editor, který jejich otištěním v Jyllands-Posten vyvolal chod bezprecedentních událostí si přesto pevně stojí za svým činem. „Pokud se věřící dožaduje, abych jako nevěřící dodržoval jeho tabu ve veřejném prostoru, nežádá můj respekt, ale mé podřízení. A to se neslučuje se

sekulární demokracií,“ napsal v roce 2006 Rose. A to se netýká pouze zesměšnění islámu, Evropa podle Jiřího T. Krále už nepokládá za zarážející karikování křesťanských tradic. Ale radikální muslimové podle něj nejsou schopni nadhledu. „Křesťané už ve většině evropských zemí nemají sílu protestovat, síla muslimů je ovšem jiná. Ostatně sami zastánci „svobody vyjadřování“ to přiznávají,“⁹² vysvětluje Král. Média ale často sama vytvářejí témata, protože chtějí vzbudit pozornost a prodat tak více výtisků. Co se týče karikatur Mohameda zde hraje roli zásadní otázka. Co je a co není za hranicí svobody slova? „Nejvíce na takovém počínání zaujme pohrávání si s pojmem svoboda vyjadřování. Nyní i před dvěma lety (v roce 2005, kdy karikatury vyvolaly bouřlivou odezvu) v navlas stejné kauze se totiž novináři zaštiťovali výroky o tom, že brání právě tento typ svobody. V kauze karikatur ovšem nejde o svobodu vyjadřování, ale o ovládnutí takzvaného veřejného prostoru. Dosud jej většinově zaujímali snílci o multikulturní společnosti, tedy o takové společnosti, kde si sice každý zachová svou kulturní identitu, ale většinovou ideologií bude tolerance. Obhájci takového systému pak stanovují, co je a není ještě tolerantní,“⁹³ dodává Král. Podle něj je jedinou absolutní pravdou právě tolerance, nikoli náboženské pravdy. To dokazuje, jak obrovskou moc mají média, protože jejich prostřednictvím se vytváří názor společnosti. Ať už bylo otištění karikatur Mohameda etickým činem, který se hrdě bije za svobodu slova, nebo si to měl dánský vydavatel raději rozmyslet, stojí tu proti sobě dánská tradice tvrdé satiry a karikatur proti muslimské uzavřenosti. „Humor je nebezpečný pro každý režim či nauku, které si osobují roli Olympanů, a tak humor nikdy není nebezpečný pro duchovní život či víru, jež naopak umocňuje. Nedostatek humoru je tak vždy něčím neduchovním až svatokrádežným, jak ukazuje i Kirkegaard, který byl jedním z nejvýznamnějších duchovních myslitelů sedmnáctého století, nehledě na to, že byl také terčem mnoha karikatur svých dánských současníků,“⁹⁴ vysvětluje dánskou tradici Martin Beck Matušík, profesor Purdue University v USA. Soubor dvanácti karikatur byl totiž primárně určen pro dánskou veřejnost, která se s tímto stylem satiry setkává už od 17. století. „Častokrát je člověk v pokušení utrousit nevinný vtíp na americkém letišti, kde po 11. září platí zákaz vtipkování. Budiž, tomu se dá smát i mlčky. Avšak nesmát se nahlas politické moci, která se identifikuje s božskou misí, je svatokrádežné. A tato svatokrádež se vyskytuje ve všech velkých náboženstvích, stejně jako i v sekulárních společnostech. Kde by měl upřímně a vroucně věřící muslim hledat svatokrádež? Dánské karikatury přece nevypovídají o Alláhovi, který je vskutku velký a do

⁹² KRÁL, Jiří T. Tolerance jako náboženská pravda: A2 Kulturní týdeník, č. 37, 2007, s. 18

⁹³ KRÁL, Jiří T. Tolerance jako náboženská pravda: A2 Kulturní týdeník, č. 37, 2007, s. 18

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

kresby se Jeho svatost nevejde, ale o lidském snažení, které se se svatostí zaměňuje,⁹⁵ kritizuje profesor americké univerzity přehnanou reakci radikálních muslimů po zobrazení proroka Mohameda. Nejlepší obranou je podle něj nekonfliktní narážka, která místo útoku zesměšní kritizované dílo. Podle Matuška lze na karikaturu Proroka islámu lze odpovědět bez násilí humornou protikarikaturou na obhajobu živé víry, jež bude mnohem účinnější a údernější než vypalování ambasád. Zde je příklad, jak by mohla vypadat: Dva muslimští věřící spolu rozmlouvají. Jeden ukazuje prstem na obrys karikatury turbanu ve tvaru doutnající sebevražedné nálože, z níž však již byla vygumována každá podoba lidské či boží tváře. K tomu povídá: „Vždyť vidíš, že ty sebevražedné bomby nemají s Alláhem ani s islámem nic společného!“ Zákaz humoru, který kritizuje vládnoucí třídu, platí právě v zemích, kde nedokáží čelit satíře a má mnoho společného s diktátorským režimem. Tato úskalí si prožily i generace žijící v době vlády jedné strany v Československu. Přesto je tradice české satiry nebojácna a vrhá se do všeho, co nepošpiní duch národa. (jak bylo podrobně rozebráno v kapitole 5.2.1.).

Úkolem karikatury je bojovat proti lidské hlouposti a zametání nehodících se informací pod koberec. „Je-li zákaz humoru hříchem proti Duchu svatému, lidé, kterým jde o to ctít Boha, se musí sami sebe ptát, komu zákaz prospívá. Když jeden představitel státu popře skutečnost holocaustu Židů, a jiný zase popře, že v jeho zemi byl sběrný tábor, jenž se podílel na holocaustu Romů, pak nesmát se politickému oportunistu je přece svatokrádežné. Nesmát se poté, co nacisté sbírali do koncentráků homosexuály a tam je v přípravě na smrt označovali růžovým trojúhelníkem, morálnímu a náboženskému strachu, tvrdícímu, že láska mezi lidmi stejného pohlaví rozvrátí rodinu, dá-li stát právní ochranu homosexuálním svazkům, to je po Osvětimi svatokrádežné.“⁹⁶ Narážka odkazuje na názory íránského vůdce Mahmúda Ahmadínežáda, jehož země s tvrdě postavila proti karikaturám Proroka.

Ať už se vina hází na kteroukoli stranu, samotná karikatura je v tom nevinně, jen plnila svou práci. Zatím poslední nevoli vzbudil komediální seriál South Park, ve kterém se letos objevil Mohamed oblečený v kostýmu medvěda. A hned se stal terčem výhrůžek a pomsty na tvůrcích seriálu. Také proto jsem se rozhodl nepřipojit žádnou z dvanácti dánských karikatur ke své bakalářské práci. V rámci autocenzury se tak chráním před případnými nepříjemnostmi, které by mohly jejími otištěnými následovat. Ostatně všechny jsou dostupné na internetu, takže to nepokládám za důležité. Stejně jsme je už skoro všichni viděli.

⁹⁵BECK MATUŠÍK, Martin. Žert a Svatokrádež: Literární noviny, č. 8, 2006, s. 1

⁹⁶BECK MATUŠÍK, Martin. Žert a Svatokrádež: Literární noviny, č. 8, 2006, s. 1

6.1.1. Evropa nebyla jiná

Pokládám za důležité zmínit, že evropská křesťanská tradice také páchala podobné zločiny proti svobodě slova. Než budeme odsuzovat chování radikálních muslimů, měli bysme se poučit z minulosti. „Neohánějme se my, v Evropě, moc razantně svobodou slova. Ano, kritizujeme vynášení ortelů smrti nad hanobiteli proroka. Nepřipomínají však tyto postupy něco z evropských vztahů mezi křesťanstvím a státem? Jsou naše dějiny od éry inkvizice po toleranční patent dějinami k vychloubání? Že si dnes Evropané dokáží „utahovat“ sami ze sebe? Ale co naše vlastní dějiny netolerance a fanatismu?“⁹⁷ Mnoho významných osobností bylo upáleno za jiné názory, než hlásala církev. Zde je malý výčet nehorázných činů. Iniciátor druhé křižácké výpravy opat Bernard z Clairvaux obvinil u papeže svého konkurenta v lásce k ženě Petra Abélarda z kacířství, ten byl roku 1122 odsouzen k vykleštění. Bernard se stal později svatým. Tomáš z Torquemady jež byl na vrcholu své kariéry španělským generálním inkvizitorem, se zapsal do paměti lidstva jako strůjce nespočet obětí domnělých i skutečných kacířů. Roku 1600 skončil svůj život na hranici Giordano Bruno. V českých dějinách se dodnes učíme o nespravedlivém upálení Mistra Jana Husa roku 1415. Čarodějnické procesy probíhaly ve Velkých Losinách na Šumperku. Inkvizice oficiálně skončila až v polovině dvacátého století. Byla však pouze přejmenována na Kongregaci pro nauku víry. Dodnes platí zapovídání zakázaných knih. „V zájmu svobody slova? Existuje oficiální exorcismus, vyhánění „d'ábla“, uznávaný evropskou církví. Nepřipomíná to „kamenování d'ábla“ v islámské Mekce? Ne? Provokovat muslimský svět karikaturami proroka Mohameda byl asi neuvážený nesmysl, který se bude Evropě vracet ve formě islámského komiksu na téma holocaust.“⁹⁸ Jednání odlišné kultury je totiž třeba chápat alespoň s jejími elementárními znalostmi. Proto je zavádějící vynášení jednostranných ortelů. „Současné rozhořčení islamistů pojímá část Evropy jako nepochopení práva na svobodu slova a jejich pobouření označuje za excesy fundamentalistů. Jestliže však svoboda znamená možnost činit vše, co neškodí druhému, jiní právem mní, že karikatura netaktně urážející náboženské citění není svobodou slova, ale svobodou neslušnosti. Jestliže se dnes stýkají kultury s rozličnými dějinami, měli bychom být připraveni na různé chápání duchovního a světského, role médií, i rozdílného vývoje sekularizace, tedy zesvětšování. Když v tzv. medinském období Koránu Mohamed rezignoval na získání židů pro islám a upřesnil odmítavý vztah k některým dogmatům křesťanství, z Koránu se místo zjevení stal zákoník, propojující světské s duchovním. Proto

⁹⁷ ODEHNAL, Ivo. Svoboda slova, nebo svoboda neslušnosti?: Literární noviny, č. 8, 2006

⁹⁸ ODEHNAL, Ivo. Svoboda slova, nebo svoboda neslušnosti?: Literární noviny, č. 8, 2006

země, které se řídí islámem, jsou pro Evropana, bez vcítění do jejich tradice a historie, těžko čitelné.⁹⁹

6.2 Zobrazení Ježíše

Takové následky jako obrázky Proroka naštěstí nevzbudil pro někoho kontroverzní, pro někoho nadmíru vtipný frk slovenského karikaturisty Shootyho. Ten na Velikonoce v roce 2007 nakreslil do pravidelné rubriky deníku SME vtip s Ježíšem Kristem (obrazová příloha č.8). Na tento svátek, který má připomínat povstání z mrtvých, by to nebylo nic zvláštního, až na to, že u Ježíše stáli římsí vojáci a drželi v rukou pomlázky. Očividně se mu chystali nařezat jak se patří. Římsí vojáci zde mají vyjevený výraz a nechápou, co se děje. „Co jsou to za podivné zvyky?“ ptají se. Geniální dvojsmyslná karikatura s názvem Podivné zvyky se mi líbila natolik natolik, až mě inspirovala k napsání této bakalářské práce.

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

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

⁹⁹ ODEHNAL, Ivo. Svoboda slova, nebo svoboda neslušnosti?: Literární noviny, č. 8, 2006

7. Závěr

Účelem bakalářské práce bylo pokusit se podívat na karikaturu, kreslený humor, nebo chtěli výtvarnou publicistiku, tak trochu z jiného úhlu. Svět spojující obraz a text, jak jsme si mohli všimnout, skýtá nekonečné možnosti a výzvy. Pracuje se zdravým rozumem, trénuje úsudek, učí toleranci, nebo naopak k zamyšlení. Proto by neměl být brán na lehkou váhu. Pro někoho to sice mohou být jen čmáranice, nebo obrázky pro malé děti, ale pokud se někdo takový najde, potom je špatné, že v sobě nedokáže najít kousek toho dítěte, aby se na svět podíval jinýma, zdravýma očima.

Poněkud s obtížemi se mi podařilo vymezit terminologii, přesto věřím, že spojení výtvarná publicistika nejlépe vystihuje záběr této bakalářské práce. Lépe tak vystihuje obecný termín karikatura, jež může působit příliš obecně. Proto když jsem hovořil o karikatuře, měl jsem na mysli Hanouskovo vymezení výtvarné publicistiky.

Pro studenta žurnalistiky je velmi cenné zjištění, kolik má výtvarná publicistika společného s novinařinou a jejími zákonitostmi. V práci jsem vysvětlil, jejich společné rysy a způsoby, kterými se v publicistické oblasti doplňují. Oblast si ale zaslouží bližší zkoumání. Žurnalistika prostřednictvím karikatur vypovídá o světě víc než kdovíjaký několikrát po sobě převzatý text.

S použitím zákonitostí komiksu jsem vysvětlil principu vnímání čtenářů karikatury a její funkci. Bez neobyčejné komiksové knihy Marshalla McClouda, byl ale nebyl sto tyto zákonitosti pochopit.

Sice jsem se neobešel bez rychloexkurzu do historie karikatur, přesto soudím, že zde má své místo. Každé samotné období by si přesto samo o sobě zasloužilo minimálně další bakalářskou, ne-li magisterskou diplomovou práci. Proto jsem se nepouštěl do přílišných detailů.

Na příkladech kontroverzních témat jsem poukázal na současnou situaci ve světě karikatury a zvýraznil proměnu jejího vnímání, po zveřejnění Mohameda. Je tedy zřejmé, že se karikatura neustále vyvíjí. „Přes všechno, co jsme dosud uvedli, pro schopnost zanechat svou obraznou řeč dlouhodobou stopu v lidském vědomí, reagovat na jeho tužby a negace, vyjadřovat jeho představy, karikatura je a zůstává možná epizodním, přesto výrazným spoluvůrcem moderní civilizace. Je třeba jí však poskytnout prostor pro dialog. Tak jako pravěký člověk obdivoval první karikatury na stěnách altamirských jeskyní, čerpal z nich emoce a informace, měly by dnes být přirozenou složkou světa našeho současníka.“¹⁰⁰

¹⁰⁰ FLDVÁRI, Kornel. O karikatúre. Levice: LCA Publishers Group, 2006. s. 55

8. Anotace

Anotace

Jméno a příjmení: David Superata

Název katedry a fakulty: katedra Žurnalistiky filozofické fakulty

Název diplomové práce: Karikatura a kreslený humor v novinách a časopisech

Vedoucí diplomové práce: Mgr. Martin Foret

Počet znaků: 70 653 (78 990 včetně poznámek pod čarou)

Počet příloh: 8

Počet titulů použité literatury: 17

Klíčová slova: karikatura, kreslený humor, výtvarná publicistika

Bakalářská práce definuje termín karikatura v širším kontextu kresleného humoru. Následně představuje termín výtvarná publicistika a staví ho do kontextu s na první pohled synonymními termíny. V prostřední části vysvětluje mechanismy vnímání a prožívání spojení obrazu a textu s malou exkurzí do komixu. Dále provází stručnou historií vývoje karikatury s důrazem na české prostředí. Na závěr rozebírá dvě kontroverzní témata.

Resume

Author: David Superata

Institution: Department of Journalism, Philosophical Faculty, Palacký University

Name of Thesis: Caricature and cartoon in newspapers and magazines

Head of Thesis: Mgr. Martin Foret

Numer of Characters: 70 653 (78 990 including the notes underline)

Numer of Supplements: 8

Numer of Book Tiltes Used: 17

Key words: caricature, cartoon, graphic publicism

The bachelor thesis define the term of caricature in wider kontekst of cartoons. It is also introducing the term of graphic publicism and face to the oposition with the apparent synonyms. In the middle thesis is explaining the mechanism of percieving and living the cooperation of text and graphic part of cartoon. The last two parts are focusing on the little excursion to the history of caricature with emphasis of Czech realia and on controversial themes.

9. Seznam pramenů a použité literatury

Tištěné zdroje

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Periodika

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

Literární noviny, č. 8, 2006

Dokumentární film z cyklu Proč potřebujeme demokracii?

Proklaté karikatury

Webové odkazy:

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

<http://www.shooty.sk>