

**UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

**Dario Ajdovec**

**Semiotična analiza karikatur z naslovnice  
časnika Charlie Hebdo**

**Diplomsko delo**

**Ljubljana, 2016**

**UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

**Dario Ajdovec**

**Mentor: doc. dr. Andreš Škerlep**

**Semiotična analiza karikatur z naslovnice  
časnika Charlie Hebdo**

**Diplomsko delo**

**Ljubljana, 2016**

*Očetu v spomin in mami v ponos.*

*Zahvale mentorju doc. dr. Škerlep Andreju za pomoč in usmeritve pri pisanju naloge.*

*Posebne zahvale tisti mali skupinici znotraj notranjega kroga. Dobro veste kdo ste.*

## **Semiotična analiza karikatur z naslovnice časnika Charlie Hebdo**

S pojmom svobode so povezane številne človekove pravice. Pa vseeno, ali imamo predstavo, kaj svoboda dejansko pomeni? Tako svobodo govora kot eno temeljnih človekovih pravic prepogosto dojemamo kot samoumevno in absolutno pravico, in ne kot pravico, ki je omejena s pravicami drugih. Pričujoče diplomsko delo se tako ukvarja s problemom satirične karikature, ki s svojim pikrim in dvoumnim jezikom ter z željo po odpiranju polja javne razprave vedno hodi po tanki liniji med upoštevanjem posameznikovega dostojanstva in svobode prepričanja na eni ter branjenjem svobode govora in tiska na drugi strani. V prvem delu diplomskega dela razdelam pojme, vezane na polje svobode in meja med njenimi oblikami. Nato v nadaljevanju raziščem satirično karikaturu in moč njenega sporočanja. V poglavju o semiotiki obdelam pojem znaka kot osrednjega elementa semiotike in branje njegovih pomenov na različnih ravneh. Teoretični del je osnova za analiziranje treh karikatur z naslovnica francoskega časnika Charlie Hebdo in interpretacijo njihovih pomenov v okviru osnovne teze diplomskega dela. Univerzalne definicije, kje je meja med obema stranema, ni, zato je toliko večja odgovornost na avtorju in prenosu sporočila. Za razumevanje besedila ni pomembna zgolj ustrezna struktura karikature, ampak tudi družbeni in kulturni kontekst, predvsem pa bralec. Zaradi sporočilne moči karikature ima lahko njena objava tudi negativne posledice, kot je bilo to v primeru karikatur Mohameda v časniku Charlie Hebdo.

Ključne besede: semiotika, humor, karikatura, satira, svoboda govora, svoboda tiska, verska svoboda, blasfemija, Charlie Hebdo.

## **Semiotic analysis of caricatures from the journal Charlie Hebdo's cover**

Many human rights are related with the notion of freedom. But, do we have the understanding what freedom actually represents? The freedom of speech – one of the basic human rights – is too often taken for granted and construed as an absolute right and not as a right that is bounded by the rights of others. Thus, this thesis addresses the problem of satirical caricature with its sarcastic and ambiguous language and leniency towards igniting a public debate that always walks a thin line between respecting the dignity and freedom of an individual's beliefs at one side and defending the freedom of speech and of the press on the other side. In the first part of my thesis, I work with concepts bound to the field of freedom and boundaries between its forms. Further on, I explore satirical caricature and the power of its messaging. In the chapter about semiotics, I work on the concept of a symbol as the central element of semiotics and comprehension of its meanings at different levels. I used the theoretical part for analysis of three caricatures from the French journal Charlie Hebdo cover and for interpretation of their meaning within the framework of the basic idea of my thesis. Universal definition of where the boundary between both sides is doesn't exist; thus, a much greater responsibility of how to communicate a message lies on the author. To understand the text, not only the appropriate structure of a caricature but also the social and cultural context, and particularly the reader are all important to understand the text. Due to caricature's messaging power, its publishing can lead to negative consequences as was the case with the caricatures of Mohammed in the journal Charlie Hebdo.

Keywords: semiotics, humor, caricature, satire, freedom of speech, freedom of the press, religious freedom, blasphemy, Charlie Hebdo.

## KAZALO

1 UVOD .....	6
2 O SVOBODI.....	9
2.1 Svoboda govora .....	9
2.2 Verska svoboda.....	15
3 SPOŠTOVANJE DRUGAČNOSTI .....	20
3.1 Predsodki.....	21
3.2 Sovražni govor .....	22
4 KARIKATURA .....	25
4.1 Prepoznavanje objektov .....	25
4.2 Značilnosti karikature .....	26
4.3 Funkcije karikature .....	28
4.4 Zgradba karikature .....	28
4.5 Kako deluje karikatura.....	29
4.6 Humor v karikaturah .....	31
4.7 Satira .....	36
5 SEMIOTIKA.....	39
5.1 Znak – temeljni pojem semiotike.....	41
5.2 Zemljevid za razumevanje znakov in pomena.....	48
5.3 Reprezentacija.....	53
6 SEMIOTIČNA ANALIZA KARIKATUR.....	57
6.1 Karikatura: »Teško je, če te ljubijo kreteni« .....	59
6.2 Karikatura: »Šarija Hebdo« .....	63
6.3 Karikatura: »Vse je oproščeno«.....	67
7 ZAKLJUČEK .....	73

## KAZALO SLIK

<i>Slika 4.1:</i> Karikatura Richarda Nixona – poudarjanje napak.....	27
<i>Slika 4.2:</i> Karikatura »Doktor, kaj je narobe z mano?«.....	35
<i>Slika 5.1:</i> Saussurjev diadični model znaka.....	41
<i>Slika 5.2:</i> Peirceov triadični model .....	43
<i>Slika 6.2:</i> Karikatura »Za Belo hišo, ki bo resnično bela.« .....	58
<i>Slika 6.3:</i> Karikatura »Michael Jackson je končno bel.«.....	59
<i>Slika 6.4:</i> Karikatura »Teško je, če te ljubijo kreteni.« .....	60
<i>Slika 6.5:</i> Karikatura »Šarija Hebdo.« .....	64
<i>Slika 6.6:</i> Karikatura »Vse je oproščeno.«.....	68

Jaz nisem Čarli

Vse manj mi diši satira,  
odkar se od nje umira.  
Hecati se ni več zdravo,  
človek je lahko ob glavo  
ali vsaj ob kak drug ud  
v poplačilo za svoj trud.  
Ker grozi mi božja kazen,  
bom od danes bolj prijazen  
do preroka Mohameda,  
Janše, Alaha seveda,  
papeža in Kim Jong Una,  
da mi ne zaprejo kljuna.  
Vse te velike može  
bom opeval, kot jim gre,  
pel jim bom le slavospeve,  
himne, ode in pripeve,  
Toto, karikaturist,  
pa bo risal prazen list.

Spesnil Lovro Matič (Matič 2015)

## 1 UVOD

Živimo v času, ko je svoboda pomemben, za nekatere somoumeven pojem. S svobodo so povezane številne temeljne človekove pravice. Pa vseeno, ali imamo predstavo, kaj svoboda dejansko je? Namreč, pojem svobode se lahko nanaša na to, da se zjutraj zbudimo in preberemo časopis, v katerem so predstavljene teme in pogledi enakovredno. Da lahko zapustimo svoj dom, se prosto gibljemo po mestu in nam ni treba na vsakih nekaj metrov opravičevati, kam gremo in zakaj. Da imamo možnost in prostor, kamor se lahko obrnemo za izražanje svojega mnenja in pritožb. Da pričakujemo, da bomo obravnavani enakopravno z ostalimi državljani in da nas bodo sprejeli takšne, kakršni smo. Z vso edinstvenostjo in drugačnostjo. Da se ne bomo počutili ogrožene, če bomo zavili v prostor s križem ali v prostor, kjer je na steni polmesec. Vse to je sestavni del svobode, ki bi se morala v zahodnem svetu upoštevati. Pa se res?

Diplomsko delo obravnava pojem svobode v luči (ne)omejevanja svobode govora in tiska v primerih, ko je tema, ki se pojavlja v tiskanih medijih kot vizualna podoba, versko občutljiva ter na meji kršitve pravice do dostojanstva in spoštovanja drugačnosti. Tako se teza mojega diplomskega dela glasi, da satirična karikatura vedno hodi po tanki liniji med upoštevanjem posameznikovega dostojanstva in svobode prepričanja na eni ter branjenjem svobode govora in tiska na drugi strani.

Kakovostna satirična karikatura, ki s svojimi provokativnimi in večpomenskimi sporočili vedno preizkuša meje dovoljenega, ima v Evropi dolgo zgodovino. Njena objava lahko v časopisih povzroči negativne posledice, kot je to bilo v primeru objave Mohamedovih karikatur v francoskem časniku Charlie Hebdo, kar je imelo na koncu tragične posledice in s tem pritegnilo pozornost svetovne javnosti. Zahodni svet je poboj razumel kot napad na svobodo govora in s tem temelj demokracije ter vpil v nebo: »Sovražijo nas, ker sovražijo našo svobodo, našo demokracijo in naš način življenja!« (Štefančič jr. 2015) Predvsem muslimanske države pa so v objavi karikature preroka Mohameda videle napad na temelje islamske religije in napad na verska čustva. Namreč to, kar za Zahod pomeni svoboda govora, pomena za Vzhod Mohamed, ki je sveto bitje in se ne sme upodabljati, kaj šele da bi bil upodobljen na satirični karikaturi. In kot se je izkazalo v primeru časopisa Charlie Hebdo, so na žalost eni in drugi pripravljene braniti svoja prepričanja z življenjem.

Diplomsko delo je v osnovi razdeljeno na dva sklopa, in sicer prvega, teoretičnega, v katerem predstavim osnovne pojme, in analitičnega, v katerem si pri analizi treh karikatur pomagam s pojmi, predstavljenimi v prvem delu. Teoretični del je razdeljen na štiri poglavja. **Prvo poglavje** je namenjeno tematiki svobode z vidika svobode govora in tiska na eni strani ter verske svobode in blasfemije na drugi strani. Poleg predstavitev osnovnih pojmov orišem tudi, kje so meje med obema poloma in kako se te meje izražajo v praksi. Temeljna misel prvega dela je, da svoboda govora ni absolutna pravica ter je omejena z izjavami ostalih temeljnih pravic in svoboščin (Cram 2006, 1), med katere se šteje tudi verska svoboda. **V drugem poglavju** se ukvarjam z razčlenitvijo pojmov sprejemanja drugačnosti, predsodkov, simbolnega rasizma in sovražnega govora ter kje je njegova meja v razmerju do svobode govora. Vsakdo je v prvi vrsti človek, zato si zasluži spoštovanje. Navkljub drugačnosti je treba spoštovati in upoštevati človekove pravice. **V tretjem poglavju** predstavim teoretske okvire humorja, karikature in satire, s katerimi si pomagam pri razumevanje karikature kot orodja za komuniciranje pomenov. »Karikatura je šala, povedana v sliki« (Samson in Huber

2004). Njena poglobitna funkcija je nastavljanje ogledala družbi, kar naj bi dosegla s humornim prikazovanjem aktualnih tematik, s pomočjo interakcije med likom, ki ga prikazuje, in besedilom. Semiotika je tema **četrtega poglavja**, v katerem uvodoma obrazložim, kaj semiotika je in s čim se ukvarja. V nadaljevanju predstavim tri osrednje avtorje, ki so se ukvarjali s semiotiko, in sicer de Saussurja ter njegov diadični model znaka, Peircea ter njegov triadični model znaka in Barthesa z denotativnim in konotativnim pomenom znaka. S semiotiko si pomagam v zadnjem poglavju, kjer me zanimajo posamezni vizualni in besedni deli karikatur na naslovnici časopisa Charle Hebdo. Z njihovimi pomeni bo na koncu potrjena ali ovržena osrednja teza.



## **2 O SVOBODI**

Človekove pravice so pravice vseh ljudi brez izjem. Prva generacija človekovih pravic predstavlja državljanske in politične pravice, ki se navezujeje na svobodo in poleg drugih vključujejo tudi pravico do »svobode prepričanja, izražanja, misli, vesti in veroizpovedi ter pravico do združevanja in zborovanja« (Rommelspacher 2003, 206). Pravico do svobode govora štejemo kot postulat demokratične družbe in predstavlja enega izmed temeljev v odnosu do ostalih človekovih pravic. Pravica do svobode govora oz. izražanja tako pomeni nepogrešljivi temelj demokratične družbe in je zelo pomembna za njen napredek, pa tudi za osebni razvoj nekega posameznika. /.../ Teršek še meni, da v hierarhiji temeljnih človekovih pravic in svoboščin gotovo spada v vrh. Brez nje namreč ne bi mogli učinkovito uresničevati številnih drugih pravic in svoboščin (Teršek 2007).

Pravica do svobode govora zajema »poleg izgovorjene besede tudi druge vrste komunikacij, kot so mediji, umetniški izdelki in druge dejavnosti, ki izražajo neko obvestilo ali idejo« (Leskošek 2005, 85). V njeno široko polje spada tudi pravica do svobodetiska, ta se je izoblikovala v razsvetljenstvu kot »razširitev' ideje o svobodi govora« (Splichal 2002, 7).

Pravica do svobode govora in pravica do svobode tiska ter kakšna je razlika med njima? Kakšna je odgovornost medijev? Kakšno/ali je sprejemljivo omejevanje svobode izražanja, v odnosu do pravice do verske svobode? Kje je meja med svobodo govora in izražanja ter versko svobodo? To so ključna vprašanja, na katere bom želel poiskati odgovore tem poglavju.

### **2.1 Svoboda govora**

Začetki vprašanja svobode govora segajo vse do poznega šestega oz. zgodnjega petega stoletja pred našim štetjem, ko se je v antičnih Atenah in njeni demokratični ideologiji prvič pojavila ideja o svobodi govora. Temu je sledila rimska republika, ki je med svoje vrednote štela svobodo govora ter pozneje, s širjenjem kulturnega vpliva na ostala področja in posledično sprejemanjem tujih bogov, tudi svobodo verovanja.

Svobodo govora in z njo svobodo tiska so v zgodovini obravnavali različno.

1. John Milton je v 17. stoletju zagovarjal teološko idejo, da je svoboda govora od boga dana pravica. Ker ima posameznik sposobnost mišljenja, država ne sme omejevati njegovega uma. Za Milтона svoboda govora ni absolutna pravica, zato je odobral kazni za morebitne zlorabe, predvsem tiste na področju vere.
2. John Locke je zagovarjal svobodo govora skozi idejo, da gre za naravno pravico, ki jo vsak posameznik pridobi z rojstvom in je država pod nobenim pogojem ne sme omejevati.
3. Za utilitaristično idejo Jeremyja Benthama predstavlja svoboda govora pogoj za demokratično delovanje in preprečevanje samovolje oblasti, dobro vladanje pa je mogoče le s svobodo govora in svobodo tiska. Iz njegove ideje prihaja izpeljava, da je svoboda govora pogoj za demokratično delovanje in doseganje največje mogoče sreče ljudi.
4. John Stuart Mill je v pravici do svobode govora videl idejo o doseganju resnice prek neomejene javne razprave med državljani.

Mill, britanski filozof in velik zagovornik utilitarizma, je menil, da svoboda govora ni pomembna le zato, ker ima vsakdo pravico izraziti se, ampak tudi zato, ker ima skupnost, v kateri živimo, pravico slišati naše misli in ideje. Le v skupnosti, ki dovoljuje, da je izrečeno, je omogočena svoboda govora. Resnica se doseže samo z neomejenim javnim razpravljanjem, med izobraženimi ljudmi/državljani. »Tako mora vsakdo, ki hoče presojeti o pravilnosti oz. napačnosti nekega stališča, zato da bi lahko presodil, dopustiti, da o njem govorijo tako prepričani zagovorniki kot tudi prepričani nasprotniki« (Gaber v Mill 1994, 21). »Svoboda govora daje najboljše možnosti za presojo in ravnanje – tako takrat, ko ima govorec prav, kakor takrat, ko se moti ali pa ima (kar je najpogosteje) deloma prav« (Gaber v Mill 1994, 21). Ker v družbi ni absolutne resnice, je treba za njeno nenehno odkrivanje omogočiti posameznikom, da sledijo svojemu umu. Treba je omogočiti neposredno soočenje različnih mnenj oz. potrebno je omogočiti svobodo govora (Mill 2003).

Koncept svobode govora tako najdemo v zgodnjih dokumentih o človekovih pravicah. V Angliji leta 1689, leto dni po revoluciji podpiše Viljem Oranski III Bill of Rights (deklaracija pravic parlamenta), ki pravno določijo ustavno pravico do svobode govora v Parlamentu (Williams 1960). Deklaracija o pravicah človeka in državljana je bila eden pomembnejših dokumentov francoske revolucije in je na podlagi doktrine naravnega prava leta 1789 določila pravice, te pa naj bi veljale za vse ljudi in vedno. V 11. členu je zapisano:

»Svobodna izmenjava mišljenja in misli je ena najdragocenejših človekovih pravic; vsak državljan sme torej govoriti, pisati, tiskati svobodno in odgovarja samo za zlorabo te svobode v primerih, ki jih določa zakon.« Deklaracija je precej vplivala tudi na poznejše podobne dokumente (Wikipedia 2015).

V Evropi in ZDA je bila pravica do svobode govora cenjena enako. Zdaj jo na mednarodni ravni zagotavljajo številni dokumenti, tudi prvi amandman k ameriški ustavi (v nadaljevanju Amandman), Splošna deklaracija Združenih narodov o človekovih pravicah (v nadaljevanju Deklaracija) in pa Evropska konvencija o človekovih pravicah (v nadaljevanju Konvencija). Kljub temu pa je razlika med razumevanjem te svobode v evropski in ameriški tradiciji bistvena (Leskošek 2005, 85).

Dokler Amandman v 45 besedah skrajno jasno, preprosto in neposredno ščiti svobodo veroizpovedi, neomejeno svobodo govora in tiska proti državi s tem ko pravi, da »Kongres ne bo sprejel nobenega zakona, ki bi se nanašal /.../ na prepoved veroizpovedi; ali ki bi se nanašal na omejevanje svobode govora ali tiska« (Cornell University Law School) vsebuje Konvencija tudi člene, ki svobodo govora omejujejo. »Izvrševanje teh svoboščin vključuje tudi dolžnosti in odgovornosti in je zato lahko podrejeno obličnosti in pogojem, omejitvam ali kaznim, ki jih določa zakon...« (Evropsko sodišče za človekove pravice 2010) se glasi 10. člen Konvencije, ki z dolgim seznamom posledic pri uveljavljanju svobode govora skupaj z dolžnostmi in odgovornostmi daje občutek, da so omejitve, ki so podprte z razsodbami Evropske komisije za človekove pravice in Evropskega sodišča za človekove pravice (Kovačič v Leskošek 2005, 85) pomembnejše od načel, in da je svoboda govora nevarno področje, kine more biti absolutna pravica inbi morala biti omejena.

Pravica do svobode govora tako ni absolutna pravica, omejena je namreč s pravicami in svoboščinami drugih. Polje absolutne svobode posameznika v interakciji z družbo, katerega omejuje le svoboda drugega, predstavlja bistvo klasične libertarne misli. Samoobramba je edino, zaradi česar sme človeštvo – posameznik in skupnost – poseči v svobodo kateregakoli dejanja, pa je osrednja misel eseja O svobodi, s katero je želel Mill poudariti, da posameznik sicer lahko počne karkoli, dokler s tem pomembno ne prizadene drugih (Mill, 2003). Meni še, da je posameznik v družbi odgovoren samo za tisti del svojega ravnanja, ki se nanaša na druge, kar pa le nanj, je njegova neodvisnost upravičeno brezpogojna. Posameznik je namreč edini vladar nad sabo, svojim telesom in tudi duhom (Mill 1994, 44).

### **2.1.1 Svoboda tiska**

»Svobodo tiska kot pravico, neločljivo povezano s človekovo svobodo, so najprej razglasili v Angliji« (Vreg 2000, 209). S svobodo tiska se prvič srečamo v 17. in 18. stoletju, ko so časopisi prenehali zgolj posredovati novice, ampak so postali avtonomni subjekti, katerih vloga je bila posredovanje tem, potrebnih javne razprave (Splichal 2002, 2). V 20. stoletju postane svoboda tiska splošno priznana pravica in eden izmed ključnih elementov vsake demokratične družbe ter eden od pogojev za razvoj družbe, kot tudi za razvoj posameznika (Voorhoof 1998, 36).

Mill je v eseju O svobodi zapisal: »Minili so torej časi – vsaj upam, da je tako –, ko je bilo treba nujno braniti ‚svobodo tiska‘ kot varovalo pred podkupljivo in samovoljno oblastjo. Domnevamo lahko, da nam ni več treba dokazovati, da ne smemo dovoliti, da bi zakonodajna ali izvršilna oblast, katere interesi se razlikujejo od interesov ljudstva, le-temu predpisovala, kako sme misliti, in določala, katerim naukom ali argumentom sme prisluhniti« (Mill 1994, 49). Realna slika pa je povsem drugačna, saj imajo v današnjem svetu pravico do svobode izražanja predvsem tisti, ki imajo dostop do medija, bodisi zaradi moči in vpliva ali pa zato, ker ga imajo v lasti. »Klasična svoboda tiska je v današnjem času torej svoboda lastnikov medijev – nikakor ne svoboda (svoboščina, pravica) človeka kot bralca, kakor to zelo naivno, romantično (in povsem zgrešeno) še danes razumejo mnogi. Človekova pravica je tu pravica potrošnika: lahko kupi tisti časopis, ki mu je všeč – le izbiro naj bi imel. V klasično svobodo tiska je morala v 20. stoletju država začetni posegati drugače: najprej z zakonskim preprečevanjem koncentracije tiska v rokah posameznih časopisnih mogotcev, v zadnjem času pa (na previdnejše in bolj sofisticirane načine) z vse večjim omogočanjem ‚notranje svobode tiska‘, torej pravic novinarjev in urednikov nasproti lastnikom« (Krivic 2000, 13–14). Ideal, ki bi ga množični mediji morali poskušati dosežati, je prikazovanje resničnosti, ki je nekje »tam zunaj«. Mediji naj bi tako občinstvu zagotavljali uravnovešeno sliko dogajanja po svetu.

Za oblikovanje svobodne osebnosti, ki je sposobna samostojnega in odgovornega odločanja, je svoboda izražanja nujna predpostavka. Svobodni posameznik, ki lahko racionalno odloča, je tudi temelj demokratično organiziranega političnega sistema. Njegov nepogrešljivi sestavni del je javna in odprta razprava o stvareh, ki so splošnega pomena. Osrčje vsake demokracije sta tako svoboda izražanja kakor tudi varstvo osebnostnih pravic. Vendar pomen obeh pojmov ni niti absoluten niti neomejen: pogoje in področja za njuno omejevanje opredeljujejo

državna zakonodaja in številni mednarodni dokumenti. Na eni strani pravni red varuje posameznikovo pravico do osebnega dostojanstva in zagotavlja osebnostne pravice, meni Krivic, pravi pa še, da je prav svoboda izražanja neposredni izraz posameznikove osebnosti v družbi, hkrati pa tudi temelj svobodne demokratične družbe (Krivic 2000, 13–14).

Imajo pa novinarji precej več možnosti za to, da uresničijo svojo pravico do svobode izražanja kot drugi posamezniki. Ti namreč nimajo dostopa do ustreznih komunikacijskih sredstev, da bi kot novinarji in drugi sodelavci medijev uresničili pravico do komuniciranja. Novinarji lahko pišejo o različnih področjih in razširjajo informacije, razne misli in mnenja javnosti, in prav to je njihov posebni privilegij. Odgovorni so do ljudi, njihova naloga in dolžnost pa sta, da odkrito posredujejo javnosti, da je ta čimbolje obveščena in je lahko njen doprinos k upravljanju skupnih zadev učinkovitejši. Krivic meni, da se novinarjem sicer priznava, da to svojo javno funkcijo opravljajo avtonomno in brez zunanjih pritiskov, prav ta odgovornost medijev pa upravičuje vrsto omejitev njihove dejavnosti (Krivic 2000, 13–14).

Svobode, ki je razumljena v pomenu, da država ne bo izvajala pritiska na mojo vest in moje mnenje ter bo zaščitila moje politične svoboščine), ne moremo ločiti od svobode do žalitve in provokacije, ki jo v zahodnih demokracijah uživajo novinarji pri Charlie Hebdo in njihovi kolegi. Ti so nujni za delovanje demokratične družbe, zato država novinarske medije ščiti in jim ob nekaterih privilegijih zamiži na eno oko tudi, kadar si privoščijo izpad, zaradi katerega bi običajni državljani odgovarjali pred sodiščem (Lah 2015).

Tako razumljene svobode (država ne bo izvajala pritiska na mojo vest in moje mnenje ter bo zaščitila moje politične svoboščine) se ne da ločiti od svobode do provokacije in žalitve, ki jo v zahodnih demokracijah uživajo novinarji pri časopisu Charlie Hebdo in njihovi kolegi. Ker so nujni za delovanje demokratične družbe, država novinarske medije varuje, jim da določene privilegije in zamiži na eno oko tudi takrat, ko si privoščijo izpad, zaradi katerega bi običajni državljani odgovarjali pred sodiščem (Lah 2015).

### ***2.1.2 (Ne)omejevanje pravice do svobode govora***

Mill je v delu O svobodi želel začrtati, do kod se lahko oblast prek zakonov in družba prek moralnih norm vtikata v svobodo posameznika ter tako nad njim ne izvajata ne zakonskega nasilja ne moralnega nasilja javnega mnenja. »Kjer ni dejanske svobode, predvsem svobode

misli, izražanja misli, svobode okusa in svobode združevanja – povsod tam grozi despotizem. Tako skupnosti kot posamezniki in med njimi tudi filozofi so bili nagnjeni k omejevanju svobode z izgovorom, da hočejo ljudem dobro« (Gaber v Mill 1994, 18). Mill pa je prepričan o nasprotnem: »Edina svoboda, vredna tega imena, je svoboda, da stremimo k lastni dobrobiti na sebi lasten način, vse dokler s tem ne poskušamo drugih prikrajšati za njihovo blaginjo ali pa jih skušamo ovirati v prizadevanju, da bi jo dosegli« (Mill 1994, 44).

»Preden zapustimo področje svobodnega mišljenja, bi bilo prav nameniti nekaj besed ljudem, ki pravijo, da je treba svobodno izražanje vseh nazorov dovoliti le pod pogojem, da so ti izraženi na zmeren način in da ne prestopajo meje poštene razprave« (Mill 1994, 81). »Veliko bi se dalo povedati o tem, kje naj bi tekle take meje. Denimo, da bi vzeli merilo žalitev osebe, katere mnenje je napadeno« (Mill 1994, 81). »Način, kako zagovarjamo svoje stališče, je lahko brez dvoma skrajno sporen in nam lahko upravičeno nakoplje resno grajo, tudi če je naše stališče pravilno« (Mill 1994, 81).

»Glede na to, kar si običajno predstavljamo kot nezmerno razpravo, namreč sramotenje, zasmehovanje, osebne žalitve, bi bilo črtenje tega orožja še bolj hvalevredno, če bi ga predlagali, da naj se njegova uporaba enako prepove obema stranema. Namesto tega se prepoveduje uporabljati le zoper prevladujoče mnenje, medtem ko je pri mnenju, ki je v manjšini, njegova raba deležna vsesplošnega odobravanja. /.../ In to kljub temu, da je zlo uporabe takšnih sredstev večje, kadar jih uporabljamo v boju proti tistim, ki se ne morejo braniti, in da je nepoštena prednost, ki izhaja iz takega načina zagovora, skoraj izključno na strani že uveljavljenih mnenj« (Mill 1994, 81–82).

»Polemik zagreši najhujšo tovrstno žalitev, kadar zagovornike nasprotnega mnenja ožigosa za zle in nemoralne ljudi« (Mill 1994, 82). »Bolj kot od vsega drugega je zato v interesu resnice in pravice, da preprečimo rabo zmerjajočega jezika, in če bi že morali izbirati, bi bilo treba pred žaljivimi napadi zaščititi prej nevero kot pa vero« (Mill 1994, 82).

»Pravica svobodnega izražanja /.../ vključuje tudi pravico do šokiranja, žaljenja ali vznemirjanja, ki opravičuje prispevke v razpravah o javnih zadevah. Tudi ekscesni izrazi o posameznikih zaslužijo zaščito, kadar zbudijo pozornost javnosti in služijo javnim razpravam o pomembnih družbenih vprašanjih« (Rovšek 2004).

Liberalni pogled na vprašanje žaljivosti in zavzemanje za svobodo govora kaže nekdanja direktorica organizacije Article XIX, D'Souza, ko pravi, da je napadalnost oz. žaljivost: »vse preveč subjektiven koncept, da bi se na njegovi podlagi ustvarilo zakonito ogrodje; kar je žaljivo za enega, je lahko smešno za drugega. Ali moramo res dovoliti oblastem, da odločajo o tem, kaj je in kaj ni moralno žaljivo« (D'Souza v Milosavljević 2012, 114). Kot lahko vidimo, D'Souza sledi Millovedemu prepričanju, da ne smemo omejevati svobode govora, da bi prepričali »navadno žalitev« (Mill v Milosavljević 2012, 114).

Na nekatere nevarnosti v zvezi s svobodo govora in mediji opozarja Bollinger, ki se sicer zavzema za ohranjanje čim širšega prostora, a hkrati ugotavlja, da »lahko medijska svoboda, namesto da bi spodbujala javne razprave in sprejemanje odločitev, dejansko dokaže, da predstavlja grožnjo – grožnjo kakovostnemu odločanju, grožnjo demokraciji /.../« (Bollinger v Milosavljević 2012, 114).

ESČP zavzema glede (ne)omejevanja svobode tiska dokaj ravnotežno pozicijo. Dobro se zaveda, da je svoboda tiska osnova za svobodno družbo in pluralno demokracijo, zaradi česar »načeloma sorazmerno varuje tudi način izražanja (v smislu provokativnega, napadalnega, kritičnega ali vznemirjajočega izražanja, prav tako v obliki pretiravanja)« (Teršek 2007), vendar vseeno opozarja, da usmeritev o široki svobodi »ne smemo peljati predaleč. Z izjemno močjo in vplivom, ki ga imajo sodobni mediji, se povečuje tudi potencialno uničujoč učinek javno izrečenih besed« (Rovšek 2004). Res je, da ima vsak posameznik »nedvomno pravico, da pred javnostjo izpostavi, katero koli mnenje želi; prepoved tega bi pomenila uničenje svobode tiska /.../ pa mora sprejeti posledice svoje drznosti /.../ če objavi nekaj, kar je nedostojno, zlobno ali nezakonito« (Pičman in Teršek 2005, 105).

## **2.2 Verska svoboda**

Verska svoboda je ena od človekovih pravic, ki je vključen v Deklaraciji in Konvenciji. O verski svobodi, kakršno poznamo, so prvič spregovorili v času francoske revolucije. Leta 1789 so v Deklaracijo o pravicah človeka in državljana zapisali, da verska prepričanja posameznikane smejo biti vzrok, za njegovo preganjanje (Šturm 2004, 10).

V slovenskem zakoniku o verski svobodi je navedeno, da »verska svoboda obsega pravico do svobodne izbire ali sprejetja vere, svobodo izražanja verskega prepričanja in odklonitve

njenega izražanja ter svobodo, da vsakdo, sam ali skupaj z drugimi, zasebno ali javno, izraža svojo vero v bogoslužju, pouku, praksi in verskih obredih ali drugače« (Uradni list RS 2007). Država je zavezana k temu, da zagotavlja izvrševanje verske svobode in hkrati preprečuje kakršno koli diskriminacijo na osnovi verskega prepričanja (Prepeluh 2004, 183).

### **2.2.1 Razžalitev vere**

»Religija v latinskem izvoru besede pomeni obvezo ali dolžnost (lat. re-ligare pomeni nazaj privezati, povezati). Mnogi med nami jo imajo za moralni kodeks, ki skrbi za ustrezne človeške odnose. Stvarem in dejanjem, ki jih težko razumemo oz. za katera težko najdemo ustrezne razlage, pomaga dati pomen. Težava pri tolmačenju oziroma razlagi religije nastane, ko se določeni deli svetih knjig preveč dobesedno razlagajo ter božje obsodbe in kazni postanejo vzvod za grožnje, nasilje in izkoriščanje religije« (Meredith 1996).

Grožnja, da bodo Združeni narodi sprejeli univerzalno deklaracijo, ki bo v prid prepovedi obrekovanja vere, je bila prisotna večino zadnjega desetletja. Od leta 2002 so bili, predvsem s strani Organizacije islamske konference, v različnih forumih ZN predstavljeni številni sklepi o spoštovanju vere in proti razžalitvi vere.

Pakistanski uradnik, ki je s svojo izjavo podprl sklep iz 2009, je zatrdil, da je obrekovanje vere resen napad na človekovo dostojanstvo, ki vodi do omejevanja svobode privrženecv vere in spodbujanja k verskemu nasilju (Sturges 2015).

Prvi del izjave lahko razumemo na način, da vsakršna kritika, ki je utemeljena, satirična ali žaljiva, na vsebino določenega prepričanja (tokrat verskega) pomeni napad na dostojanstvo tistega, ki v to veruje. Vsekakor se lahko verniki z določeno obliko kritike počutijo razžaljene, vendar pa bi v obrambo tovrstne »žalitve morali reči, da je človeški napredek temeljil na nasprotovanju skrajnim idejam z argumenti, ki so imeli trdnejšo osnovo. In ravno obramba intelektualnega okolja je izziv pravice do svobode izražanja. Tudi ekscesni izrazi /.../ zaslužijo zaščito, kadar zbujejo pozornost javnosti in služijo javnim razpravam o pomembnih družbenih vprašanjih« (Rovšek 2004).

Drugi del izjave je še bolj problematičen. Kot prvo pravi, da domnevna žalitev dostojanstva vodi k omejevanju svobode. Kar je nerazumljivo, saj 18. člen z izjavo »Vsakdo ima pravico do svobode misli, vesti in veroizpovedi; ta pravica vključuje svobodo spreminjati prepričanje



ali vero, kakor tudi njuno svobodno, javno ali zasebno izražanje« (Splošna deklaracija človekovih pravic) podpira pravico do verovanja in razglašanja vere v vse, kar se je nekdo odločil, pa naj bo to neumno ali pametno. Kritika ne more omejevati svobode, ravno nasprotno. Kritika ponuja svobodo ohranitve lastnega mnenja ali pa spremembo, če se posameznik tako odloči.

### **2.2.2 Blasfemija**

Blasfemija se običajno razume kot blatenje boga ali bogov, prerokov in mesij, besedil in kopij verskih knjig, prepričanj in praks, povezanih z vero, verskih objektov in drugih sorodnih predmetov. Začetki zakona o blasfemiji v zahodnem svetu segajo v 17. stoletje, ko je bil v naslednjih 200 letih pregon svobodomiselnih posameznikov, ateistov in liberalnih klerikalcev nekaj povsem normalnega. S sekularizacijo in zviševanjem stopnje tolerance v družbi so tudi objave kontroverznih publikacij imele vedno manjši odziv. Vse do objave Satanskih stihov Salmana Rushdieja, ki so povzročili močne reakcije muslimanov po vsem svetu. Zaradi diskriminatornega zakona o blasfemiji, ki je bil v Angliji v veljavi do 2006 in je pokrival le zlorabo, v državi tradicionalne in večinske krščanske vere, so bile vse civilne tožbe proti Rushdieju zavrnjene (Barendt 2007, 186).

Čeprav je bilo že pred časom mnogo zakonov o prepovedi blasfemije umaknjenih, še posebej v zahodnem svetu, so ti zakoni še vedno v veljavi v številnih državah in jurisdikcijah. Po podatkih iz leta 2012 je imelo 32 držav neko obliko protiblasfemičnega zakona v svojem pravnem redu. Od tega je bilo 20 držav, v katerih je večina prebivalcev muslimanske veroizpovedi. Ostale države, ki so imele v letu 2012 protiblasfemično zakonodajo, so bile: Danska, Finska, Nemčija, Grčija, Indija, Irska, Italija, Libanon, Malta, Nizozemska, Nigerija, Poljska in Singapur. V državah, kjer nimajo zakona o blasfemiji oz. je bil umaknjen, je omejevanje tovrstnih dejanj vključeno v sovražnem govoru, ki pokriva razžalitev vere in izražanje sovraštva proti verskih skupinam (Pew Research Center 2012).

Liberalni način razmišljanja vidi vsakršen zakon, ki kaznuje bogokletje, kot nazadnjaški, nasilen in tak, ki krši človekove pravice, saj ima vsak človek pravico do svobodnega izražanja. Zato so težavna soočanja svobode izražanja z religijsko svobodo v sodobni zahodni civilizaciji, kot je nastala po razsvetljskem prelomu, imanentna.

V nekaterih državah z uradno vero oz. državno religijo, kjer se religija šteje kot sestavni del njenega ustavnega reda in je kot taka lahko podprta s sankcijami, je blasfemija prepovedana skladno s kazenskim zakonikom. V teh državah vprašanja svobode govora in blasfemije ni mogoče gledati ločeno od religije kot vira politične moči. V takšni družbi je blasfemija enaka nevarnosti ne le za vero, ampak tudi za obstoječe politične ureditve; zato sta v teh primerih institucionalna kazen in splošen odziv na blasfemijo veliko ostrejša in nasilnejša.

»Medtem ko so bile skozi stoletja konfliktov zahodne krščanske cerkve zunanje posege v religijsko polje prisiljene vsaj do neke mere sprejeti, imajo muslimani s tem neprimerno več težav. V tradicionalnih družbah religija deluje kot vir politične moči, zato blasfemija ogroža tudi politično avtoriteto, v nekaterih primerih kar celoten družbeni red. V tem kontekstu lažje razumemo – ne pa tudi opravičimo, kaj šele upravičimo – niz ostrih, tudi nasilnih odzivov islamskih avtoritet in družb« (Črnič 2015).

Blasfemijo v islamu predstavljajo različna dejanja, govori ali ravnanja, kot npr. žaljenje ali preklinjanje Alaha ali Mohameda, posmehovanje ali neprimerno obnašanje do verovanja in islamskih običajev, kritiziranje svetih osebnosti itd. Nošenje neprimernih oblačil, risanje žaljivih karikatur, trganje ali sežiganje svetih knjig, izdelava ali uporaba glasbe, slik, videoposnetkov ali romanov z namenom posmehovanja ali kritiziranja Mohameda je le nekaj primerov blasfemičnih dejanj (Association of Islamic Charitable Projects).

Muslimanski duhovniki lahko zahtevajo kaznovanje domnevnega kršitelja z izdajo fatve oz. mnenja na osnovi islamskega prava. Eden bolj znanih primerov blasfemije v skladu z interpretacijo islamskega zakona je bil izdana fatva proti Salmanu Rushdieju zaradi izdaje knjige z naslovom Satanski stih.

### ***2.2.3 Meja med svobodo govora in versko svobodo***

Človekove pravice so pravno omejene le z enakimi pravicami drugih. Tako je tudi v primeru varovanja pravice do svobode govora, ki je vedno omejeno z izjavami ostalih temeljnih pravic in svoboščin (Cram 2006, 1). V našem primeru z versko svobodo.

V Angliji se je ob objavi Satanskih stihov vnela debata o blasfemičnem zakonu z vidika, ali bi ga bilo treba dopolniti – vključiti varstvo tudi ostalih verskih skupnosti – ali v skrajnem primeru umakniti. Ena od idej je bila, da bi morala biti racionalna diskusija o verskih zadevah

prosta in brez omejitve, dokler ne bi bila žaljiva, saj takšne provokacije ne prinesejo nič dobrega k splošni debati. Nasprotniki so svoje nestrinjanje utemeljevali, da je težko določiti mejo med racionalnim in čustvenim govorom ali med manjšo in večjo »vrednostjo« govora z vidika svobode izražanja (Barendt 2007, 187).

Drugi problem z vidika svobode govora je ta, da je na sodišču težko dokazati avtorjevo namero, šokirati in izzvati čustva vernikov. V Angliji so sodniki v enem od primerov blasfemije menili, da je za obsodbo dovolj dokaz, da je šlo za namero objave gradiva, ki naj bi bilo blasfemično. Nasprotniki so menili, da očitno ni pomembno to, da je morda avtor želel objaviti gradivo v resnični veri, da bi Kristjane le nekoliko »podžgal«, da bi poglobili svojo vero (Barendt 2007, 187).

V primeru kolizije dveh enakovrednih pravic, npr. svobode govora in izražanja z versko svobodo, ki vsaj do neke mere vključuje tudi pravico do zaščite verskih čustev, »... je potrebna vsebinska omejitev obeh pravic, in ne samo ene od njiju. To pomeni, da oba nosilca svojo pravico lahko uresničujeta (le) v omejenem (,zoženem‘) obsegu, tj. tako, da pri izvrševanju pravice enega ne pride do prekomernega posega v pravico drugega /.../« (Ustavno sodišče RS 2005).

Takšnega stališča se v osnovi držijo tudi nacionalna sodišča in ESČP, ki nekako bdi nad njihovimi odločitvami in izvrševanjem človekovih pravic. ESČP je pojasnilo: »... da imajo države precejšen manevrski prostor (margin of appreciation), ko odločajo o tem, ali je v konkretnem primeru – glede na vrednote neke skupnosti – neki zapis, slika, risba, film ali predstava brutalno žaljiv napad na verske simbole in najgloblja čustva vernikov, ki ogroža verski mir, možnost vernikov, da se identificirajo s svojo religijo, in nič ne prispeva k pomembni javni debati« (Vuksanovič 2015). Podobno meni tudi Post, ko pravi, da je svoboda govora o verskih tematikah lahko omejena z ustavo le v primeru, ko določen govor spodbuja nasilje nad posameznikom, v katerega je govor uperjen; v teh primerih bi šlo za splošen dogovor, da so splošne norme določene skupnosti glede civilnega diskurza kršene (Barendt 2007, 191).

Tako obstajajo primeri, v katerih je ESČP odločilo, da žaljenje verskih čustev pomeni nedopustno zlorabo svobode izražanja, in obrazložilo svojo odločitev na način, da » je verska svoboda eden temeljev demokratične družbe in eden najvitalnejših elementov, ki sestavljajo

identiteto verujočih in njihov koncept življenja. Verniki sicer po eni strani morajo prenašati zanikanje svojega verskega prepričanja s strani drugih in tudi propagiranje doktrin, ki so nasprotne njihovi veri, vendar pa mora država v okviru svojih dolžnosti v zvezi z varstvom svobode vere po drugi strani preprečiti izražanje o objektih verskega prepričanja, ki je namerno žaljivo in ki ne pomeni prispevka k razpravi o za javnost pomembnih vprašanjih. Takšno izražanje o objektih verskega čaščenja pomeni zlonamerno kršitev strpnosti, ki je eden od temeljev vsake demokratične družbe« (Čeferin 2015a).

Obstajajo tudi primeri, v katerih je sodišče razsodilo v prid svobodi govora: »Kot v primeru *Giniewski proti Franciji* (2005), ko je Francija kršila človekove pravice novinarja, ki je bil obsojen zaradi razžalitve, ker je v članku zapisal, da so nekateri krščanski spisi pripravili teren, na katerem sta pognali ideja in implementacija *Auschwitza*« (Vuksanovič 2015).

V osnovi lahko rečemo, da bo v primerih, ko bosta svoboda govora in verska svoboda stali v nasprotnih kotih ringa, večja verjetnost, da bo sodišče prisodilo v prid svobodi govora, ko bo njena vsebina, navkljub morda v pretirano žaljivemu tonu, imela doprinos k javni razpravi.

Ali obstajajo še kakšne rešitve? Eden od predlogov v Angliji je bil ukinitve blasfemičnih zakonov in ureditev zaščite verske svobode znotraj kazenskih zakonikov. Argument proti je bil, da je težko definirati pojem »religije« ali »zadev, povezanih z religijo«, ki bi jih vključili v zakon. Kot rešitev argumenta so podali iz Severne Irske, kjer so razširili pojem »napeljevanje k rasnemu sovraštvu« na način, da pokriva tudi sovraštvo skupin na osnovi verskega prepričanja (Barendt 2007, 188).

Prav gotovo pa je najbolj smiselna rešitev, da avtorji pazijo na občutljivost verskih čustev bralcev in se izogibajo uporabi jezika, ki bi prizadel ta čustva (Barendt 2007, 188).

### **3 SPOŠTOVANJE DRUGAČNOSTI**

Teorija človekovih pravic temelji na predpostavki, da je treba vsakega človeka ne glede na to, kakšen je in kaj je naredil, spoštovati že samo zato, ker je človek. Leskovek (2005, 9) navaja, da je Unesco leta 1995 sprejel Deklaracijo principov strpnosti. V njej je poudarjeno, da strpnost omogoča mir in pripomore k temu, da kulturo vojne nadomesti kultura miru.

Strpnosti v nobenem primeru ne moremo razumeti tako, da bi nasprotovali človekovim pravicam ali pa jih ne bi upoštevali. Je odgovornost do človekovih pravic, pluralizma, demokracije in pravne države. Vključuje zavračanje dogmatizma in absolutizma in se zavzema za spoštovanje standardov, ki so določeni v mednarodnih instrumentih za varstvo človekovih pravic. Pomeni tudi sprejemanje tega, da se ljudje razlikujejo po videzu, načinu bivanja, svojem govoru, vedenju in vrednotah. Imajo pa vsi pravico živeti v miru in biti takšni, kot si želijo.

»Francoski filozof Alain Badiou v svoji kritiki etike zahodne družbe ugotavlja, da zahodnjaki spoštujemo drugačnost, a le, dokler so drugi taki kot mi. /.../ Priseljence spoštujemo, če so zagovorniki demokracije, tržne ekonomije, podporniki svobode izražanja, feministi in ekologi. /.../ Njihovo drugačnost spoštujemo, a le, če se integrirajo, torej če izbrišejo svojo drugačnost. Tudi muslimane spoštujemo, a le, če svobodo izražanja razumejo tako kot mi, torej kot skoraj neomejeno pravico vsakogar, da pove, kar misli, ne oziraje se na posledice svojih izjav, in če so pripravljeni v imenu tako razumljene svobode izražanja molče trpeti žalitve svojih verskih čustev« (Čeferin 2015b).

### **3.1 Predsodki**

Leskošek navaja (2005, 11–12), da Mirjana Ule piše o predsodkih kot o mikroideologijah vsakdanjega sveta. Razvija tezo, da so predsodki predvsem neke vrste mikroideologije, ki se naslavlajo neposredno na posameznike oziroma konkretne družbene skupine. /.../ Pravi še, da sodobne oblike predsodkov niso zgolj skupki slaboumnih in nasilnih fraz o drugačnih, temveč so predvsem argumentativne strategije, ki poskušajo doseči strinjanje tudi pri tistih, ki jih predsodki neposredno zadevajo. Za tradicionalne etnične predsodke je značilna navezava na »površinske« razlike med ljudmi, ki se razlikujejo po barvi kože, spolu, običajih, vsakdanjem vedenju, sodobne predsodke pa označuje navezovanje na »globinske« razlike – v izobrazbi, kulturni ravni, religiji, v telesnem in duševnem zdravju, življenjskem stilu. Sodobni rasizem ima več opraviti s potlačenjem občutkov kot tradicionalni rasizem.

V sodobnih družbah ne gre zgolj za premike v načinih izražanja predsodkov, temveč tudi za kvalitativne spremembe v izražanju predsodkov. Tradicionalne predsodke postopoma nadomeščajo »moderne« predsodki. Zanje je značilno, da se antipatija do določenih družbenih skupin ne izraža več neposredno, kot je to veljalo za tradicionalne predsodke, temveč

prikrito, simbolno. Namesto tradicionalnega nasilnega rasizma se namreč uveljavlja simbolni, odklonilni rasizem; namesto klasičnih patriarhalnih predsodkov se uveljavlja ambivalentni seksizem (Brown v Ule 2005, 21).

Skratka, pripadnost določeni manjšini se izenači z določenim »problemom«. Ta rasizem tudi ni več usmerjen nasploh proti črncem, Arabcem, Azijcem, Judom, temveč le proti tistim, ki se niso pripravljene »integrirati« v »našo« skupnost (Ule 2005, 26).

Uletova je mnenja, da lahko predsodke do neke mere primerjamo s socialnimi reprezentacijami, o katerih govori Moscovici. In sicer jih imamo lahko za: » posebno vrsto socialnih reprezentacij, namreč za dominantne socialne reprezentacije diskriminiranih ali marginaliziranih socialnih skupin (Moscovici v Ule 2005, 33). Zanj so socialne reprezentacije družbeno podeljene predstave in načini mišljenja, ki so v posameznikih, izražajo in potrjujejo pa se šele v njihovem skupinskem oziroma družbenem življenju. Zato potrebujejo določene materialne sisteme znakov in kodov za utelešanje socialne reprezentacije kot javno dostopna besedila, izjave (Moscovici v Ule 2005, 33).

Najpombnejše za Moscovicija je, da se morajo socialne reprezentacije ves čas na novo reproducirati, lažen pa je vtis o njihovi stabilnosti, trajnosti in nespremenljivosti. Nastaja, ker so pogosto vtisnjene v temelje vsakdanje govorice, ta pa se razmeroma počasi spreminja. Predsodke obnavljajo in jih vzpostavljajo vsakdanji govorci z uporabljanjem stereotipnih forme diskurza, predvsem forme naslavljanja, pripovedovanja o dogodkih, navezovanja in razvezovanja stikov (Moscovici v Ule 2005, 33).

### **3.2 Sovražni govor**

Kot smo že omenili, je svoboda omejena, ko posega v svobodo drugega. Do zlorabe pravice svobode govora pride takrat, ko je njeno izvrševanje v nasprotju z demokratičnimi načeli. Z vidika človekovih pravic je problematično vsakršno izzivanje nestrpnosti in pozivanje k sovražnosti. Gre za sovražni govor.

Teršek (2007, 264) je definirala sovražni govor kot ustavnopravno kategorijo, ki izraža sovražnost ali diskriminatorne predsodke zaradi osebnih okoliščin – rase, vere, etnične pripadnosti, nacionalnosti, spolne usmerjenosti in fizične ali mentalne hendikepiranosti.

Motiviran je na osnovi presodkov, ki temeljijo na osebnih diskriminatorskih okoliščinah. V teh primerih lahko govorimo o homofobiji, ksenofobiji, rasizmu, antisemitizmu, antiislamizmu ipd. Najpogosteje se pojavlja kot ustno ali pisno izrečena beseda. Lahko pa med sovražni govor štejemo tudi različne oblike nebesedne komunikacije (Leskošek 2005), kot npr. »...parade, insignije, simboli, ipd.« (Varuh človekovih pravic 2006). Sovražni govor temelji na prepričanju o večvrednosti in zato pri ljudeh, na katere se sovražni govor nanaša vzbuja nelagodne občutke.

### ***3.2.1 Meja med svobodo govora in sovražnim govorom***

11. september je v zahodni družbi in posledično tudi svetovni politiki pomenil prelomnico, saj se je vedno več govorilo o sovražnem govoru, ki temelji na verskem prepričanju. Posledično so se pojavile zahteve po zakonskih ureditvah, ki bi ustrezno obravnavale tovrstno obliko sovražnega govora. Hkrati pa so se pojavili dvomi, ali je primerno, da se v demokratičnih državah, ki so zavezane pomenu svobode izražanja, preganja izražanje, ki naj bi bilo namenjeno promoviranju sovraštva na osnovi rase, vere, narodnosti in nacionalnega porekla (Cram 2006, 97).

V Angliji se je pojavil predlog zakona, ki bi na principu sovražnega govora na osnovi rase obravnaval tudi sovražni govor na osnovi verskega prepričanja, zavrnjen je bil z argumentom, da bi zakon lahko negativno vplival na moč upravičenega verskega ali protiverskega izražanja (Cram 2006, 98). Naslednji poskus spremembe zakona je temeljil na argumentu, da žaljiv napad na verska prepričanja oz. izražanje sovraštva do verskih skupnosti lahko povzroči psihološke rane enako kot sovražni govor na osnovi rase. Nasprotniki tovrstne ideje so se sklicevali na dejstvo, da je versko prepričanje stvar osebne izbire, medtem ko je rasna identiteta nespremenljiva lastnost. Navkljub pojasnilu, da gre pri spremembi zakona bolj kot za versko prepričanje na osnovi osebne izbire za to, kakšne travmatične posledice ima lahko napad na prepričanja, zakon ponovno ni bil sprejet (Cram 2006, 98; Barendt 2007, 190). Na koncu je bila sprejeta sprememba zakona, ki preprečuje namerno dejanje, kjer je govor ocenjen kot nevaren. Čeprav je bila želja države, da bi se vanj vključil tudi termin »žaljiv govor« (Cram 2006, 98).

Kot lahko vidimo, je zakonska ureditev sovražnega govora na osnovi verskega prepričanja težka, sej ne obstaja neka standardna definicija, kaj je verski sovražni govor. Namreč nekatere verske skupnosti se lahko počutijo prizadete na osnovi govora, do katerega bi bili

ostali povsem indiferentni (Unsworth v Barendt 2007, 189). Težko si predstavljamo, da bi se kristjani na Zahodu odzvali na objavo žaljive karikature ali satirične knjige o Jezusu na enak način, kakor so se odzvali muslimani na Satanske stihe (Barendt 2007, 190). Težko bi bilo zakonsko določiti različne standarde dovoljene tolerance in žalitev glede na različne verske skupine v primerih napada na njihova prepričanja. Dopuščanje pregona na osnovi blasfemičnega zakona, kadar koli bi se katera verska skupina počutila užaljeno z objavo, bi pomenilo resno kršitev svobode govora (Barendt 2007, 191). Tudi D'Souza vidi težavo predvsem z vidika mogočih spornih opredelitev, kaj sovražni govor sploh je, ter instrumentalizacije nadzora sovražnega govora, kjer se je v preteklosti že izkazalo, da je bilo njegovo pravno zatiranje uporabljeno: »za zaščito krivcev nasilnih dejanj, ne za zaščito žrtev (npr. nacistična Nemčija, južnoafriški apartheid)« (D'Souza v Milosavljević 2012, 114).

Konvencija sicer dovoljuje izražanje mnenj in idej, ki so žaljive in šokantne, je pa državam skladno z 2. odstavkom 10. člena konvencije omogočena njihova omejitev. Leskošek (2005, 86) pravi, da v tem pogledu svobode govora ne moremo premišljevati brez odgovornosti, rasistični ali sovražni govor namreč lahko privede do nasilja in ga je nujno omejevati, da bi zagotovili pravice in varnost drugih oseb. Torej je vsakdo, ki opredmeti neko skupino ljudi tako, da jo ponižuje in razčloveči, za takšno dejanje odgovoren.

D'Souza vidi problematičnost sovražnega govora med drugimi tudi v tem, da poleg spodbujanja hujskanja »ustvarja okolje, v katerem je nasilje nad specifičnimi skupinami ali posamezniki bolj verjetno; in nastaja skrb, da je kultura prišla do take stopnje, da je sovraštvo postalo norma« (D'Souza v Milosavljević 2012, 114). Medtem ko Teršek legitimnost omejevanja svobode govora, ko gre za sovražni govor vidi v izostanku konstruktivne razprave zaradi molčečnosti prizadetih. Njegova tezaje, da sovražni govor »že v izhodišču ne prispeva h konstruktivni razpravi o splošno pomembnih družbenih zadevah, da le še utrjuje podrejenost zadevnih skupin ljudi in jih sili v trajno, pasivno molčečnost« (Teršek v Milosavljević 2012, 114).

Se pa tako Teršek kakor tudi D'Souza zavedata obstoja spornih dimenzij prepovedi sovražnega govora. Teršek opozarja, da vsak govor, ki izraža predsodke, še ni sovražni govor, in vsak sovražni govor še ni kaznivo dejanje (Teršek v Milosavljević 2012, 114). To je mogoče razumeti kot nadaljevanje Millovih mnenj, saj pravi, da bi ščuvanje k uboju tirana v posebnem primeru lahko bilo kaznivo, vendar le, če mu je sledilo razvidno dejanje in če je



mogoče med enim in drugim vzpostaviti vsaj verjetno povezavo (Mill v Milosavljević 2012, 114).

## 4 KARIKATURA

Izraz karikatura izhaja iz besede »caricare«, ki v italijanščini pomeni pretiravati oz. da je nekaj preobloženo. V primeru karikature govorimo o vizualnem in verbalnem pretiravanju. Karikaturist tako dosega pomene s tovrstnim pretiravanjem. V osnovi je podoba tista, ki nosi pomene, s čimer pa se ne zmanjša vsebinski pomen preobloženosti (Reumann, v Prodan 2010, 44).

Karikatura je likovna oblika, s katero karikaturist skozi humorne, groteskne, ironične in podobne elemente deformira osnovno podobo in ji daje nov pomen. Zaradi družbeno kritičnih tematik ji pogostokrat pravijo ogledalo družbe (Teržan 1994, 92).

### 4.1 Prepoznavanje objektov

Da bi lahko razumeli značilnosti karikature in kako delujejo, je treba opisati način prepoznavanja objektov. Namreč pri karikaturah je to še pomembneje, saj gre za zelo skopo obliko grafičnega upodabljanja. Da bo bralec prepoznal v karikaturi tisti lik, ki si ga je avtor zamislil, je pomembno osnovno vedenje prepoznavanja objektov. Da bi lahko prepoznali, kaj vidimo, moramo rešiti naslednji težavi:

1. **nestanovitnost objekta**, namreč videz objekta se spreminja s tem, ko mi menjamo zorni kot pogleda nanj. Zato sta tudi opisovanje ali predstavitev objekta otežena, če se naš zorni kot spreminja. Rešitev je v opisovanju oz. predstavljanju objekta na način, da je vedno enak oz. z iste strani, ne glede na spremembe v zornem kotu. Na ta način zadostuje, da si zapomnimo le en opis, saj se ne bo menjal zorni kot. V primeru karikature je za prepoznavanje likov potrebno, da nam je prestavljen vedno z iste strani. Ga gledamo v oči, levi profil ipd.;
2. **nehomogenost objektov**, pri čemer težava izhaja iz podobnosti med objekti, npr. pri obrazih. Namreč vsi obrazi so sestavljeni na enak način (okrogla glava, dvoje oči, nos, usta, ušesa in lasje). Da bi lahko prepoznali obraze, mora naš virtualni sistem najti način, kako predstaviti subtilne razlike med njimi. Npr., da si zapomni dolg nos ali

brazgotino. Ravno zaradi homogenosti podob je potrebno, da se pri karikaturah, v koliko želimo doseči prepoznavnost, z določenim delom telesa pretirava in tako odstopa od povprečnega videza (Rhodes 1997, 1–6).

## **4.2 Značilnosti karikature**

Bistvena značilnost karikature je v pretiravanju in individualizaciji: karikatura se razlikuje od realističnega portreta z namernim popačenjem in od groteske z reprezentacijo znanega posameznika. Druge lastnosti, ki jih povezujemo s konceptom, so: moč karikature, da odkrije pravi značaj ali osebnost, njena osredotočenost na pomanjkljivosti, njen humor in poenostavitev (Rhodes 1996, 11).

### **4.2.1 Odkrivanje značaja**

Pomembna lastnost karikature je njena zmožnost, da poudari posameznikov značaj ali osebnost. Annibale Carracci (1560–1609), po katerem je karikatura dobila ime, je poudaril njeno moč, da lahko odkrije posameznikov pravi značaj, kar je v nasprotju s klasičnim portretom, ki ima moč v zajemanju realne oblike. Kot primer je omenil karikaturu s Pinocchievim dolgim, koničastim nosom, ki tako odkriva posameznikov lažnivi značaj. Karikatura pa nikakor ne more razkriti pravega značaja nič bolj, kakor ga lahko odraža sam obraz. Mnoge karikature lahko zgolj krepijo napačne ali stereotipne pripise, ki jih ustvarimo na osnovi videza (Rhodes 1996, 11).

### **4.2.2 Poudarjanje napak**

Za karikaturu je značilno poudarjanje posameznikovih fizičnih napak, ker naj bi bil cilj karikaturistov v iskanju »največje podobnosti celote s portretiranca, medtem ko za zabavo in včasih posmeh nesorazmerno povečajo in poudarjajo njegove pomanjkljivosti« (Gombrich in Kris v Rhodes 1996, 12). Kot primer si lahko ogledamo karikaturu (slika 4.1), na kateri je nekdanji ameriški predsednik Nixon prikazan z velikim nosom.

### **4.2.3 Humor**

Pogosto je namen karikature nasmejati, zato so številne karikature brez dvoma smešne. Eden od virov humorja je zmožnost karikature, natančno portretirati obraz oz. osebo z očitnimi metričnimi nenatančnostmi (Perkins, v Rhodes 1996, 13). Spoznanje in presenečenje, ko

odkrijemo tako popačeno sliko, lahko sprožita nasmeh. Nedvomno obstaja povezava med karikaturjo in humorjem, saj je pretiravanje njuna skupna točka. Vendar le, kadar je pretiravanje duhovito (Rhodes 1996, 13).

#### 4.2.4 Poenostavitev

Karikature so risbe ali grafike, ki so običajno poenostavljene v primerjavi z drugimi oblikami portretiranja. Z drugimi besedami, gre za osiromašeno grafično obliko. S tem, ko je njihova osnova v liniji, je pomanjkljivost v barvah in senčenju v primerjavi s fotografijo. Po drugi strani pa je lahko tovrstna pomanjkljivost močno orodje pri posredovanju vizualnih informacij (Rhodes 1996, 14).

Slika 4.1: Karikatura Richarda Nixona – poudarjanje napak



Vir: Heath v Rhodes (1996, 13).

#### 4.2.5 Karikature in superportreti

Annibale Carracci je trdil: »Da je dobra karikatura, kakor vsako drugo umetniško delo, bliže življenjski resnici kakor realnost sama« (Geipel, v Rhodes 1996, 16), predvsem zaradi možnosti, da razkrije posameznikov pravi značaj. Ali obstaja možnost, da bi karikatura zajela posameznikovo resnično podobo? Več psihologov meni, da je to mogoče – da bi pretiravanje lahko »povečalo posameznikov resnični in tipični videz« (Gordon, v Rhodes 1996, 16) in da bi kljub popačenju karikature »lahko ostali zvesti tistim posameznikovim lastnostim, ki ga ločujejo od ostalih, in bi ga lahko predstavljali. To bi lahko nekako ustrezalo posamezniku,

saj bi bilo specifično le njemu samemu (Slika 4.1 in velik nos predednika Nixona) – veliko bolj kot kakšni portreti ali fotografije« (Gibson, v Rhodes 1996, 16).

### 4.3 Funkcije karikature

Karikatura je kakor čarobno revolucionarno orožje. Je iskrica, ki lahko zaneti požar v obliki družbenih in političnih sprememb. Obstaja veliko stvari, ki so našim očem in vedenju nevidne, skrite, lahko jih sami ne želimo videti ali pa se za to trudijo drugi. In naloga karikature je, da nam o tem govori, nas na to opozarja in po potrebi šokira. Vesna Teržan (1994, 93) v karikaturistu vidi tistega čuvaja ali detektiva, ki se spušča pod površje na videz urejene in pravične družbene realnosti ter s karikaturami odkriva in razkriva njeno benignost. Kris vidi v karikaturistu tistega, ki bo odkrival »prave obraze« likov na svojih karikaturah in jih tako prikazal s prave, morda tudi njihove temne in grde strani (1970, 208).

Satirično predstavitev lahko danes vidimo na dva načina. V prvem likovni satirik prikazuje hudobijo in norost, ki ju vidi družba okoli nas. V drugem primeru pa hvali dojemljivost in bistrournost publike, za katero je prepričan, da vidi osebe in njihova dejanja enako kot on sam.

### 4.4 Zgradba karikature

Karikatura je sestavljena iz dveh dimenzij: črtne oz. linijske forme in vsebine z močnim aktualnim sporočilom. V skladu s t. i. Töpfferjevim zakonom (Töpffer v Prodan 2010, 12) karikaturist najprej ustvari junaka in s človeškim izrazom definira njegov značaj.

Karikature lahko razdelimo v različne skupine na osnovi forme ali vsebine. Tiste na osnovi vsebine se razlikujejo predvsem po tem, kako in na koga naj bi delovale. Torej koga dejansko nagovarjajo. Reumann mednje šteje:

1. **slikovno magično karikatur**, ki s pretirano vsebino kaže resnično sliko družbenega stanja ali osebe, ki je predmet karikature;
2. **satirična karikatura**, ki naj bi delovala na opazovalca, in ne na žrtev karikature. Bistvo tovrstne karikature je sposobnost dojetanja gledalca, da z luščenjem satiričnih slojev pride do srčice – bistva sporočila. Pri tovrstni karikaturi opazovalec zavzame določeno stališče na osnovi svoje ocene upravičenosti satirične predstavitve osebe, ideje ali dogodka;

3. **šaljive slike**, katerih namen je, zabavati in sprostiti, zaradi česar zavzamejo nepolemično pozicijo;
4. **slikovni komentar**, pri katerem gre v večini primerov za slikovni vodilni članek, ki nima namena vznemirjati (Reumann, v Prodan 2010, 44).

#### 4.5 Kako deluje karikatura

Vloga karikature je nastavljanje ogledala družbi, spodbujanje k samorefleksiji in klic po spremembi. Svoje cilje karikature iščejo predvsem v konfrontaciji z oblastjo in njenimi aparati. Od klime različnih političnih sistemov je odvisno, v kakšni vlogi se bo znašla in kakšne so njene meje. Kajti prestop meje za seboj običajno prinese sankcije za karikaturista s strani okolja, družbe, določene interesne, verske in politične skupine ali s strani posameznikov, ki se v karikaturi prepoznajo in jo interpretirajo kot posmeh ali napad na svoje dostojanstvo. V skrajnih primerih lahko sankcije za karikaturista pomenijo zaporno kazen ali smrtno obsodbo.

V osnovi je prostor karikature nekje med estetskim in agresivnim elementom v umetnosti. Če želi doseči širšo množico in tako postati družbeno angažirana, mora stopiti s področja estetike in pridobiti element agresivnosti, ki mora vseeno biti družbeno sprejemljiv. Družbena klima in njene vrednote, stopnja svobode govora in odprtost sistema so tiste spremenljivke, od katerih je lahko odvisna stopnja agresivnega elementa. Vseeno pa absolutne strpnosti ni. Ernst Kris se v definiciji karikature dotakne tudi njenega agresivnega elementa. Zanj je karikatura »proces, pri katerem se – pod vplivom agresije – uporabljajo primitivne strukture z namenom smešenja žrtve« (Kris 1970, 212). Po njegovem mnenju karikatura, tudi če ji dodamo umetniški element, lahko deluje izključno v območju politične in družbene sfere.

Ko govorimo o ciljih karikature, se moramo zavedati, da so odvisni od njene ciljne publike, od sporazumevalnih kanalov in od tega, komu je namenjena. Tako ločimo karikature:

1. ki želijo delovati kot moralni apel na središča moči, politične institucije in politične osebnosti. Pri tovrstni karikaturi naj bi se žrtve prepoznale in vzele sporočilo dobronamerno in v duhu klica po spremembi. Gre za nekoliko naivna pričakovanja;
2. ki želijo delovati na javno mnenje, ki naj razume sporočilo in se na osnovi njega odzove v smeri, ki jo karikatura predvidi. V tem primeri karikatura nagovarja

gledalca, in ne objekta smešenja. Če se gledalci strinjajo s karikaturjo, se združijo in izvajajo pritisk po spremembi;

3. ki želi ustvariti kritično zavest in politično socializacijo družbe. Je dejansko neke vrste nadgradnja prvih dveh, ki pa je dolgoročno težje uspešna (Stračkovski v Prodan 2010, 55).

Delovanje, učinkovitost in uspešnost karikature so odvisni predvsem od pogojev v okolju, kjer nastane oz. na katerega se naslavlja. Vseeno pa Reumann meni, da ima karikatura največ podpornikov takrat, ko se gledalci strinjajo z napadalcem in so na nasprotnem bregu od tistega, ki je v karikaturi napaden. V takih primerih je karikaturistu, kakor tudi gledalcem skupen status MI, napadani pa nosijo oznako ONI. V tovrstnih primerih je satirični napad na ONE najostrejši, saj karikaturist nagovarja gledalca, ki je član iste skupine MI, in mu na ta način daje občutek, da je ostrina karikature tudi njegova lastna pozicija (gledalčeva) in je njen namen varovanje njegove (gledalčeve) varnosti (Reumann, v Prodan 2010, 50).

V primerih, ko tema karikature premočno vpliva na čustva gledalcev, le-ti pa so nagnjeni k napadenim in niso zmožni (samo)distance, lahko nastane povratni učinek v obliki negativnega mnenja, katerega moč in oblika odziva sta odvisna od ostrine karikature. V primeru ekstremnega in radikalnega sporočila se lahko tudi nevtralni bralci odzovejo precej negativno.

Ali ima karikatura v času informacijske zasičenosti in vedno manjše stopnje nepismenosti, ki velja za enega od primarnih razlogov za manipulacijo z mediji, dovolj moči za spremembo političnega in družbenega dogajanja? W. A. Coupe navkljub zaznavi vpliva, ki ga karikatura ima, meni, da je njena moč v nekaterih primerih precenjena (Coupe 1969, 82).

Humor je pomemben del našega vsakodnevnega življenja. Je tisto, kar nas zabava, nas razbremenjuje in nam pomaga sproščati notranjo napetost. Deluje v družbi s skupno zgodovino, vrednotami, predsodki, stereotipi, skozi katere se ustrezno prikazuje.

Slovar slovenskega knjižnega jezika humor opredeli kot »sposobnost za duhovito, šaljivo prikazovanje česa« (SSKJ 2000). Gre za logično in zdravorazumsko definicijo, ki nas ne popelje do narave humorja, ki je kompleksnejša, zaradi česar se v preteklosti ni mogla vzpostaviti enotna teorija. Morda je še najlažje definirati humor na način, da ga oddaljimo od

sorodnih pojmov. Tako humorja ne smemo enačiti z ironijo in sarkazmom, ki sta njegova spodbujevalca. Kakor tudi s smehom ali nasmehom, ki se kažeta kot posledici humorja. Humorja ne smemo zamenjati s satiro, ki je njegova atipična in socialno kompleksna forma, ali na primer komedijo, ki je njegova podskupina (Surgi 1987, 35).

#### 4.6 Humor v karikaturah

Humor je pojem, ki je pomemben del našega vsakodnevnega življenja. Je tisto, kar nas zabava, razbremenjuje in nam pomaga sproščati notranjo napetost. Deluje v družbi s skupno zgodovino, vrednotami, predsodki, stereotipi, skozi katere se ustrezno prikazuje.

Obstajajo številne teorije o tem, kaj humor je in kakšna je njegova družbena funkcija. Najbolj znane so teorije neujemanja, teorije superiornosti in afektivne teorije. Pred nekaj desetletji pa so se pojavile raziskave humorja z vidika jezikoslovja (Kranjc Ivič 2011, 266). Tako sta nastali **teorija o humorju na osnovi semantičnega scenarija** (angl. semantic script theory of humour ali krajše SSTH ) in **splošna teorija verbalnega humorja** (angl. general theory of verbal humour ali krajše GTVH).

Da je besedilo označeno kot humorno, je po teoriji SSTH odvisno od dveh pogojev:

1. ali je vsebina združljiva z dvema različnima scenarijema in
2. ali sta si scenarija nasprotna (Attardo 2001, 1).

Teorija GVTH je razširjena oblika SSTH. Razširjena je s šestimi viri znanja, ki jih je treba vključiti pri generiranju šale. Ti viri znanja so nasprotja scenarija, logični mehanizmi, položaj, tarče pripovedna strategija in jezik (Attardo 2001, 22).

V karikaturah je pomen proizveden na semiotičen način, verbalno in vizualno ali pa samo na vizualno. Zato se karikatura obravnava posebej znotraj semiotičnega področja. Po Geeju (Tsakona 2009, 1171) je semiotično področje »vsaka vrsta praks, ki vključuje enega ali več načinov (kot npr. pisni ali pogovorni jezik, podobe, enačbe, simbole, zvok, geste, grafe, artefakte itd), s katerimi komuniciramo izrazite tipe pomenov«. Vizualni kodi v interakciji z verbalnimi vplivajo na nelinearnost sporočil karikature, kar vpliva na njeno kognitivno obdelavo (Samson in Hempelmann v Tsakona 2009, 1171).

Karikatur si brez humornega vložka ne moremo predstavljati. Kot pravita Samson in Huber (Tsakona 2009, 1172): »Karikatura je šala, povedana v sliki.« Attardo in Chabanne (Tsakona 2009, 1172) sta karikaturu opredelila kot neke vrste šalo z besedilom, ki vključuje zakodirano sporočilo. Po njunem je slika kot grafični ekvivalent za pripovedni uvod, ki daje potrebne informacije za predstavitev situacije. Napis je tako videti kot neke vrste duhovit komentar za sicer neduhovito sliko. Pomembno je to, da se humornost ustvari z interakcijo med sliko in besedilom (Tsakona 2009, 1172). Nadalje je pomembno omeniti, da se humor znotraj karikature ne kaže le skozi besedilo ali skozi interakcijo besedila s sliko, ampak tudi v sliki sami, če karikatura ne vključuje besedila. Samson in Huber (Tsakona 2009, 1171) povzemata:

1. Slika je lahko ilustracija besedne šale in nima humornega učinka; **samo besedilo je odgovorno za humorni učinek.**
2. Slika vsebuje dodatne informacije, ki jih ne zasledimo v humornem besedilu; **slika in besedilo prispevata k humornemu učinku.**
3. Slika je bistvena za ustvarjanje humorja; **humor temelji izključno na sliki**, in ne na besedilu, če je sploh prisoten.

Natančneje, humorja v karikaturi ni vedno lahko popolnoma razumeti, zato mora biti bralec pozoren na verbalne in vizualne podrobnosti v karikaturi. V ta namen se za analizo uporablja teorija GTVH (Attardo, 2001). Kot smo že omenili, izhaja teorija iz popolnega ali delnega prekrivanja dveh različnih in nezdružljivih scenarijev, ki se aktivirajo v besedilu (Tsakona 2009, 1172).

Po teoriji GVTH je za analizo humornih besedil treba analizirati punch line in jab line. Obe temeljita na že omenjenih semantičnih scenarijih, razlikujeta pa se v pozicijah in po njihnih funkcijah znotraj besedila. Punch line je končno besedilo, ki ima učinek presenečenja, jab line pa so humorni elementi, vključeni v besedilo, ki ne motijo njegovega toka (Tsakona 2009, 1173).

Obe vrsti humornih linij je mogoče analizirati s šestimi viri znanja:

1. **nasprotja (semantična) scenarija**, ki je nujen pogoj za humor: humorno besedilo je v celoti ali delno združljivo z dvema različnima in nezdružljivima scenarijema. Poleg tega Raskin (Tsakona 2009, 1173) opredeli tri osnovne vrste opozicije, in sicer



realne/nerealne situacije, izzvane s prekrivanjem scenarijev v humornem besedilu, resnične/neresnične, običajne/neobičajne in mogoče/nemogoče;

2. **logični mehanizem**, s katerim predstavimo izkrivljeno logiko, ki povzroča nasprotja v scenariju; npr. analogija, menjava vlog, pretiravanje, primerjanje, večpomenskost ipd.;
3. **položaj**, ki vključuje predmete, udeležence, dejavnosti, kraje itd., ki so predstavljeni v humornem besedilu;
4. **tarča**, ki jo predstavljajo osebe, skupine ali institucije, katerim se besedilo posmehuje;
5. **pripovedna strategija**, ki se navezuje na sestavo humornega besedila (dialogi, uganke, karikatura v časopisu ipd.);
6. **jezik**, ki je odgovoren za natančnost oz. pomenskost besed v humornem besedilu in za umestitev funkcionalnih elementov, ki ga sestavljajo (npr. prenos informacij skozi besedilo, položaj besedila oz. punch line/jab line), npr. besedna igra, vizualna reprezentacija (Tsakona 2009, 1173).

#### ***4.6.1 Karikature, ki temeljijo na besednem humorju***

V karikaturah *prve kategorije* je jezik tisti, ki je odgovoren za humor: *nasprotja scenarija* izhajajo izključno iz besedila, vključenega v karikaturi. Slika ima podporno vlogo pri ustvarjanju humorja, s tem da zagotavlja ozadje, zato so slikovni elementi omenjeni v kategoriji *položaj*. V kategoriji *logičnih mehanizmov* zasledimo besedne igre, neologizme, paralelizme, protislovja, pretiravanja, metafore itd (Tsakona 2009, 1176).

#### ***4.6.2 Karikature, ki temeljijo na verbalnem in vizualnem humorju***

V primerih, ko humor nastane skozi interakcijo med verbalnimi in vizualnimi sredstvi, torej pri karikaturah druge kategorije, postane analiza nekoliko zapletenejša. Interakcija dveh semiotičnimi načinov pogosto privede do povečanja humornega učinka ali pa ustvari humoren učinek skozi soočenja nasprotujočih si verbalnih in vizualnih elementov (npr. pretiravanje ali protislovje). Poleg tega se uporaba vizualne metafore v karikaturi pogosto izrazi v hiperdoločenem humorju. Enak učinek se pojavi tudi v primerih, ko v posamezni karikaturi obstaja več kot en humoren izraz in/ali ko lahko karikaturu razdelimo na več delov, od katerih vsak vzbudi drugačno, vendar tematsko povezano nasprotje scenarija (Tsakona 2009, 1177).

#### 4.6.2.1 Pretiravanje in protislovje

V primeru **pretiravanja** in **protislovja** se humor ustvari z interakcijo med verbalnimi in vizualnimi sredstvi. Interakcija je lahko komplementarna ali protislovna (Attardo in Chabanne v Tsakona 2009, 1179). Zaradi interakcije med jezikom in podobo pri ustvarjanju humorja pride do spremembe definicije kategorije *jezika*, ki postane »odgovoren za vsakršno kodiranje, ki se pojavi v besedilu, in za uporabo funkcionalnih elementov, ki ga sestavljajo« (Attardo, v Tsakona 2009, 1179).

#### 4.6.2.2 Hiperdoločen humor v karikaturah

V številnih primerih se verbalni humor pojavlja skupaj z vizualno metaforo. El Refaie (Tsakona 2009, 1180) trdi, da vizualna metafora »izhaja iz skupka različnih verbalnih in vizualnih znakov, ki z medsebojnimi povezavami skupaj tvorijo (specifično) idejo«. Poleg tega naj bi bila metafora eden od najpogostejših besednih mehanizmov pri karikaturah (El Refaie, v Tsakona 2009, 1180).

Komplementarnost interakcij se kaže skozi številna nasprotja scenarija in logične mehanizme, kjer lahko pride do številnih simultanih interpretacij. To pomeni, da se lahko en ali več – različnih, ampak tematsko relevantnih – nasprotij scenarija, ki so vključena v isti karikaturi, pojavijo v besedilu ali na sliki. (Tsakona 2009, 1181).

Takšne karikature bi lahko opredelili kot primer **hiperdoločenega** (hyperdetermined) humorja. V primerih, ko je humor vkodiran z verbalnimi in vizualnimi pomeni hkrati, govorimo o **besednem hiperdoločenem** (textual hyperdetermination) humorju. Nasprotja scenarija in logični mehanizem, ki prihajajo iz verbalnega zakodiranja, se lahko razlikujejo od tistih, ki prihajajo iz slikovnih elementov. **Natančen hiperdoločen** (punctual hyperdetermination) humor, ki se tudi pojavlja v karikaturah, je zaradi interakcije med jezikom in podobo viden na različnih ravneh (Tsakona 2009, 1182).

Zaradi uporabe verbalnih in vizualnih pomenov pri ustvarjanju humorja se lahko pojavijo kompleksne in večplastne humorne kompozicije, pri katerih ni vedno le en primer nasprotij scenarijev. Humor v karikaturah je lahko posledica številnih verbalnih in vizualnih elementov (Tsakona 2009, 1182).

S teorijo GTVH lahko pojasnimo – s semiotičnega vidika – raznovrstnost pomenov, ki jih je mogoče izpeljati iz posamezne karikature, in odzive nanje. Identifikacija številnih nasprotij scenarijev lahko zagotovi odgovor na vprašanje, zakaj se različni bralci različno odzovejo na karikaturu in, kar je še pomembneje, zakaj so za bralce karikature humorne iz različnih razlogov. Kot sta povedala Giarelli in Tulman: »(Karikature) proizvedejo različne interpretacije. Bralec lahko nekatere izbere in druge ignorira. Avtor lahko namenoma stimulira različne interpretacije med bralci. Poleg tega bodo tudi pričakovanja, domneve in pristranskost s strani bralca prispevali k ustvarjanju številnih pomenov za posamezno enoto« (El Refaie, v Tsakona 2009, 1183).

Slika 4.2: Karikatura »Doktor, kaj je narobe z mano?«



Vir: Kalaitzis v Tsakona (2009, 1182).

Za lažjo predstavo si pogledjmo potek analize po teoriji GVTH, na primeru karikature, ki je prikazana na sliki 4.2. Karikatura je razdeljena na dva dela, ki prinašata vsak svoje sporočilo. Zadostuje, da analiziramo levi del, na katerem vidimo pogovor med pacientom in zdravnikom, kjer pacient sprašuje: »*Doktor, kaj je narobe z mano?*« Ta pa mu odgovarja: »*Bolehaš za preobremenjenimi in premalo plačanimi sestrami.*« Karikatura se nanaša na težavo v grškem zdravstvu glede nizke kakovosti storitev v javnih ustanovah. Kot smo omenili zgoraj, se analiza po GVTH izvede na osnovi šestih kategorij.

1. **Nasprotja scenarija:** pacient govori o sebi in svojem počutju/doktor govori o situaciji v zdravstvu.

2. **Logični mehanizmi:** uporaba dvoumnosti in pretiravanja.
3. **Položaj:** gre za pogovor med pacientom in doktorjem v bolniški sobi.
4. **Tarča:** grški minister za zdravstvo, zaradi nizke kakovosti storitev.
5. **Pripovedna strategija:** karikatura v časopisu.
6. **Jezik:** pretiravanje v vizualni reprezentaciji (hrana leži na tleh, zašita odeja ipd (Tsakona 2009, 1182).

#### 4.7 Satira

»V osnovi je satira literarni ali umetniški žanr oz. tehnika, uperjena proti posamezniku, skupini, organizaciji, sistemu moči ali družbi. Je oblika protesta, katere namen je ne le s prikritim posmehom in zasmehovanjem, ampak tudi širšo družbeno kritiko in ironično distanco opozarjati na pregrehe, muhe, neumnosti, nepravilnosti, nevarnosti, slabosti in zlorabe ter vzbuditi zahtevo po korekciji nezaželenega vedenja in stanja« (Vezjak 2000). Satira odpira javne razprave in ima vlogo javnega mnenja v boju s politično, ekonomsko, versko, simbolično idr. strukturo moči. Nemalokrat satirična besedila dregnejo v tako imenovane nedotakljive osebnosti ali v tematike, ki v določeni družbi še niso dosegle socialnega in političnega ravnotežja ali pa se posmehujejo prevladujočim družbenim normam, institucijam in moralam (Neale 2000, 71).

Satiro in ironijo lahko štejemo med najučinkovitejše vire razumevanja družbe, saj zagotavljata temeljit vpogled v kolektivno psiho ter razkrivata njene osnovne vrednote in družbeno strukturo moči. Jezikovno-stilistično so zanjo značilni: drzna igra besed, pogosta dvojna denotacija, širok spekter retoričnih figur, skratka, bogata izraznost. Njen zaščitni znak je prepričljiva retorika – najbolje se izraža s pretiravanjem in ironijo (kjer se pomen izgovorjenega ne ujema z mišljenim), slednja se uporablja za poudarjanje neznanskosti tarče napada (Low in Smith 2007, 28; Johnson-Woods 2007, 97). Sociolog Berger meni, da mora dobra satira ustrezati štirim merilom – vsebovati mora »fantazijo (pogosto groteskno), trdno moralno stališče, tarčo in izobraževalni namen« (Johnson-Woods 2007, 12).

Max Eastman je definiral spekter satire s »stopnjo ugriza«, ki sega od rdeče barve, s katero je označena prava satira, do vijoličaste barve, ki pomeni blago obliko, in sicer »dražiti« (Eastman 2009, 236). Tudi nobelovec in satirik Dario Fo razlikuje med satiro in draženjem. Meni, da gre pri draženju za reakcijsko stran komičnosti in je omejeno na blažjo obliko

parodije fizičnega videza. Stranski učinek draženja je humanizacija in simpatiziranje s tistim, proti kateremu je uperjeno, medtem ko satira uporablja komičnost za boj proti oblasti in njenemu zatiranju. Za razliko od draženja, ki je oblika brezsubverzivne satire in vključuje enodimenzionalno zabavno parodijo, posmehovanje ali oponašanje nekoga z njegovimi zunanji atributi, tiki, fizičnimi lastnostmi, oblačenjem, hojo ipd., se satira dotika ključnih vprašanj in z veliko mero ironije kritizira ravnanja, ideologije institucije moči ter na ta način poskuša ogroziti njihovo percepcijo morale in družbe. Zanj sta značilna subverzivnost in moralna dimenzija, s katero obsoja svojo tarčo. Za Foja se uspešnost kaže v stopnji besa in nasilnih reakcij, ki jih satira vzbudi. Bolj kot jo želijo ustaviti, uspešnejša je. Fo meni, da je oblast v preteklosti pozdravila in spodbujala smešenje samega sebe, medtem ko danes osebe na položajih uporabljajo cenzuro (Fo 1997).

#### ***4.7.1 Meje satire***

Za satiro so značilna ostra in neposredna sporočila, zaradi česar pogosto hodi po tanki liniji med svobodo izražanja in kršenjem družbenih norm. Ker je njena funkcija ravno v preizkušanju teh mej, se pogosto lahko znajde v kočljivi situaciji.

Ali je pomembnejša ustavna pravica do svobode izražanja ali do osebnega dostojanstva? Nobena izmed njiju ni absolutna, človekove pravice pa so vedno omejene s pravicami drugih. Dopustnost ali čezmernost kratenja ustavnih svoboščin je vedno treba presojati z vidika točno določenega konteksta. Svoboda govora pa je tisto, za kar (ustavni) sodniki rečejo, da je (Trampuš 2013).

Dr. Rok Čeferin, je v obširni monografiji o mejah svobode tiska zapisal »Evropsko sodišče za človekove pravice (ESČP) je v svojih sodbah večkrat poudarilo, da mora biti politična razprava, ki predstavlja 'jedro vsake demokratične družbe', še posebej neomejevana« (Trampuš 2013). Meje dopustne kritike politika so torej obsežnejše, kot to velja za druge osebe. Kadar gre za smešenje oblasti ali politika, so meje dopustnosti širše kot velja za druge osebe, predvsem v demokratičnih državah, ki naj bi bile zaradi tega bolj odprte in naj bi premogle več svobode, pa tudi smisla za ironično distanco. Poudariti pa je treba, da je satira skladno s stališči Evropskega sodišča za človekove pravice oblika izražanja, ki mora biti v demokratični družbi še posebno neomejevana. Sodnica Dušana Bajc je v svojem spisu celo poudarila, da za satiro velja »še večja stopnja dopustnega pretiravanja in ostrine. Satira je

namreč po definiciji delo, ki na oster, zbadljiv način prikazuje resničnost, življenje» (Trampuš 2013).

Kaj pa v primerih, ko je objekt smešenja religiozna skupina? Kje so v tem primeru njene meje in kaj ji je dopustno? Mediji so kot četrta veja oblasti oz. kot pes čuvaj v službi naroda v razmerju do oblasti. Naloga satire je v osnovi smešenje oblasti. Kakšna pa je njena vloga, ko ni uperjena proti oblasti, ampak proti delu ljudstva? Ali gre v tem primeru še vedno za satiro, za katero kot tako potem veljajo ista pravila? Namreč ko satira v imenu dela ljudstva zasmehuje drugo polovico oz. vsaj del nje, kaj je v tem primeru njen namen? Saj »satirik vedno zatrjuje, da smeši v imenu družbenega napredka in da ima njegova beseda neko socialno ali politično ost« (Vežjak 2000). Dodaja še, da pa satira po svojem poslanstvu ni politična dejavnost. Satira, ki bo smešila opozicijo, bo sicer manj prepričljiva. Satira je bila od Aristofana do Horacija in Juvenala, od Voltaira in Swifta do Shawa in Brechta enakovredno usmerjena proti posameznikom ali proti političnemu ali socialnemu sistemu (Vežjak, 2000).

Ne glede na to v kaj verjamemo, je treba vedno postaviti izvor teh prepričanj pod vprašaj. Satira pa je idealno orodje za postavljanje najostrejših vprašanj, saj ni sistema, ki bi bil imun nanjo, ne glede na zgodovinske okoliščine ali strukturo oblasti. Vendar vseeno obstajajo določene razlike. Demokracija naj bi delovala kot prepustnica, ki omogoča prestopati meje. Saj za postavljanje vprašanj v demokratičnih družbah naj ne bi bilo treba kršiti zakonov. Dovolj je to, da se ustrezeni zakon pripelje do skrajnih meja uporabnosti, kjer bodo tarče užaljene v svojih moralnih načelih, vendar bodo morale žalitve sprejeti, saj so bile podane znotraj zakona. Na svetu pa so države, v katerih lahko za isto dejanje satirik konča za zapahi ali morda pod streli napadalcev (Hladnik - Milharčič 2016).

#### ***4.7.2 Satira v muslimanskih državah***

Takšna ali drugačna oblika satire obstaja tudi v muslimanskih državah, a je omejena. Smešenje religije, politikov in kraljevskih družin je tabu. Vsakdo, ki smeši religijo, ogroža svoje življenje, saj je za blasfemijo zagrožena smrtna kazen. Pogoste so aretacije satirikov ali grožnje, da bi TV-oddajo ali celotno TV-postajo ukinili. Najpopularnejši egiptovski satirik Bassem Youssef je bil večkrat aretiran in zaslišan zaradi domnevnega žaljenja predsednika in

islama. V zagovor je rekel, da je predan musliman, da ni nikoli žalil islama in da pa se bo vedno spraval na islamiste, ki izkoriščajo religijo (Hrastar 2015).

V Turčiji je bil satirični časopis obtožen blasfemije, Turčija pa velja za sekularno muslimansko državo, zato v njej ni lahko biti satirik. Turška satirična karikatura izvira iz otomanskih časov, prvič pa jo je prepovedal sultan Ahmed II.. Ni se namreč strinjal, da so ga risali z velikim nosom. Že od sedemdesetih let pa je priljubljen satirični časopis *Girgir*. Leta 2002 so ustanovili satirični časopis *Penguen* in ga v času protivladnih protestov leta 2013 povezovali s protestniki. Prav ta časopis je tožil tedanji premier Recep Tayyip Erdogan zaradi razžalitve, a je na sodišču izgubil. Leta 2011 je bil časopis obtožen blasfemije, ker so objavili karikaturu z mošejo, na kateri je bil napis "Ni boga, religija je laž". Časopis se je opravičil, vendar so zagovarjali svobodo govora, avtorju karikature pa je grozilo eno leto zapora (Hrastar, 2015).

Satira kot žanr ne posreduje vedno kakovostno izpeljane vsebine, pa tudi ne more biti izgovor za spodletela, diskriminatorna, nestrpna ali sovražna sporočila. Zgodi se, da avtor obliko satire tudi preočitno zlorabi za precej tendenciozne in pristranske besedne podvige. »Štosiranje je pač tip umetnosti, ki vselej predstavlja določeno emocionalno nevarnost. Najboljše šale so ogrožujoče, takšne pa so zato, ker so resnične. Pogrošna morala o zoprni (izrečeni) resnici nič manj ne velja za tiste, ki so omogočili, da nekateri v njihovem imenu odkrivajo njeno zoprnost« (Vezjak, 2000).

Bistvo satire, ki se skriva v karikaturi, leži v zavedanju in odkrivanju spora med realnim in idealnim. Ta spor lahko satira prikaže kot emocionalen in resen ali kot humoren in šaljiv. Cilj obeh je po mnenju W. A. Coupeja enak, kajti »realnost je kot rezultat spora in kontrasta prikazana kot neokusna. Oba primera kažeta na pomanjkljivost posameznikov ali družbe kot celote, naloga gledalca in žrtve je, da se odloči primerno« (Coupe 1969, 89). Od gledalca je odvisno, kako bo sprejel satiro, ali jo bo vzel za resno in zbadljivo ali za šaljivo in humorno. Učinek obeh oblik je enak, pot po kateri pridejo gledalci do učinkov, pa leži v njih samih.

## **5 SEMIOTIKA**

Semiotika je na kratko študija znakov (Cobley 2010, 3). Je komunikacija kakršnih koli sporočil o čemer koli (Jakobsen v Moriarty 2005, 227). »V stari grščini pomenita izraza sema

/ semeion znak, to pa tvori koren grških besed semeiosis (označevanje, pomenjanje), semeiotikos (kar se nanaša na znake oz. izraža prek znakov) ter semantikos (pomensko, pomenljivo)« (Škerlep 1996, 267). Moriartyjeva meni, da je semiotika študija znakov, ki so uporabljeni za ustvarjanje, sporočanje ter interpretacijo sporočil in kodov, ki določajo njihovo uporabo (Moriarty 2005, 227). Zanimanje semiotike pa je v tem, kako znak deluje v komunikaciji in kakšno vlogo imajo v komunikaciji neverbalni znaki (Moriarty 2005, 228).

Znanje, ki ga bom pridobil v poglavju o semiotiki, mi bo v pomoč v zadnjem poglavju, kjer bom analiziral tri karikature z naslovnice časopisa Charlie Hebdo.

»Semiotiko – vedo o znakih – zanima predvsem, kako v tekstih (film, televizijski program, revija itd.) nastane pomen. Ukvarja se s tem, kaj znaki so in kako delujejo« (Barthes 1990, 14). Semiotika obsega tri področja znaka: znak, kode ali sisteme in kulturo. Znaki so človeški konstrukti in jih zato lahko uporabljamo samo v okvirih, v katerih jih uporabljajo ljudje. Naslednje področje so kodi in sistemi, v katere so znaki organizirani. Zadnje področje predstavlja kultura, znotraj katere ti znaki in kodi delujejo (Fiske 2005, 54).

Čeprav sta pred časom izraza semiotika in semiologija označevala dve različni tradiciji, katerih protagonista sta bila švicarski lingvist Ferdinanda De Saussurja in ameriški filozof Charlesa Sandersa Peirca (Chandler, 2004) pa je v današnjem času semiotika sprejeta kot sinonim semiologije (Nöth 2000, 13). »Semiotika je transdisciplinarno področje raziskovanja, ki vključuje elemente drugih znanosti, predvsem jezikoslovja, filozofije, antropologije, komunikologije, literarne znanosti in umetnostne zgodovine ter posebnih disciplin, kot so retorika, estetika, teorija filma, teorija informacij, v zadnjem času tudi kognitivna znanost« (Škerlep 1996, 267). Najširšo definicijo semiotike pa je med drugimi podal Umberto Eco, in sicer: »... semiotika se ukvarja z vsem, kar bi lahko bil znak« (Eco v Chandler 2002/2003, 2). Ecovo definicijo je potrdil tudi Gillian Dyer, ki pravi, da je jezik osnovni del semiotike in obravnava vse znakovne sisteme ne glede na to, ali so besedni, vizualni, mešanica obeh ali če prevladuje kateri izmed njiju. To pa postaja čedalje bolj značilno za sodobni svet. Vse to pomeni, da lahko s pomočjo semiotike analiziramo skoraj vse: slike, govor, mimike, oglase, novice, strip, filme, drame, komedije ... vse naštetu namreč predstavlja pomenske sisteme, ki so podobni jeziku (Dyer 1982/1996, 195).



## 5.1 Znak – temeljni pojem semiotike

Za semiotiko je torej bistvenega pomena znak in njegovo ustvarjanje pomenov. »Ključna postavka semiotike je, da znak oziroma funkcija znaka (sign function), sestoji iz dveh kakovostno različnih, a nerazdružljivih povezanih plasti, iz čutno zaznavnega nosilca znaka (sign vehicle) in zanj vezanega pomena, pri čemer prvi reprezentira drugega« (Škerlep 1996, 265 – 268).

Temelje moderne semiotike sta postavila že omenjena Ferdinand de Saussure, ki je razvil diadični model znaka, ki ga sestavljata označevalec in označenec, ter Charles Sanders Peirce, ki je ustvaril triadični model znaka, pri katerem se poleg označevalca in označenca pojavi še referent, ki znak označuje (Škerlep 1996, 269).

De Saussure je klasificiral znak kot proces med dvema pojmom: označevalcem in označencem. »Pomen lahko razumemo kot proces; je dejanje, ki povezuje označevalec z označencem, dejanje, katerega proizvod je znak« (Barthes 1990, 167). Znak je torej tisti element, na osnovi katerega je mogoče sklepati na ostale stvari.

*Slika 5.1:* Saussurjev diadični model znaka

znak	Označenec (koncept)
	Označevalec (podoba)

Vir: Nöth (1995, 60).

Označevalec razumemo kot nosilec ali temelj, ki izraža znak. Predstavljamo si ga lahko kot znake, ki jih napišemo ali preberemo kot besede. Medtem ko je označenec koncept, ki nam ga ob zaznavi prikliče označevalec. Označenec ni stvar, ampak njena psihična reprezentacija

De Saussure je vpeljal razliko med jezikom kot sistemom (langue) in njegovo praktično rabo v govoru (parole) (Barthes 1990, 169). Jezik kot sistem je opredelil v smislu čistih diferenc. »Zanj je jezik čista forma brez substance, kar pomeni, da gre v razmerjih med elementi jezika

kot sistema za čiste razlike, pri katerih je vrednost vsakega elementa določena v njegovi različnosti z vsemi ostalimi« (Škerlep 1996, 268).

Za semiotiko je pojem semiotičnega koda ključnega pomena, saj omogoča kodiranje in dekodiranje sporočil v komunikaciji. Semiotični kod, ki ga lahko razumemo kot sistem korelacije med dvema množicama – označevalcev in označencev – omogoča, da svoje mentalne predstave kodiramo v čutno zaznavna sporočila, ki imajo za tistega, ki obvlada pravila koda, pomen (Škerlep 1996, 268). Za de Saussureja jezik sestavljajo znaki (kot besede), ki komunicirajo pomene. Zato naj bi bilo možno vse stvari, ki komunicirajo pomene, proučevati na isti način kot lingvistične znake. Po Bignelliju je obstoj lingvističnih znakov v socialnem kontekstu in njihova konvencionalno sprejeta uporaba v tem sistemu tisto, kar jim daje sposobnost komuniciranja pomenov (Bignell 1997, 9).

De Saussure je z diadičnim modelom znaka predstavil svojo idejo, da so lingvistični znaki arbitrarni ali pa ikonični. Za de Saussura pri arbitrarni naravi znaka ne gre nujno za odnos med označevalcem in označencem, ampak je ta odnos določen s konvencijo, pravili ali dogovori med uporabniki (Fiske 2005, 65). Ikoničen pa je izraz, ki se uporabi za tiste znake, pri katerih je oblika označevalca do neke mere določena z označencem (Fiske 2005, 66). Stopnjo, do katere lahko z označencem določamo označevalca opisujemo z izrazom motivacija. Visoko motiviran znak je zelo ikonski, medtem ko arbitraren znak ni motiviran. Karikaturu lahko označimo kot dokaj nemotiviran znak. Karikaturist ima več svobode, da prikaže predmet tako, kot želi; je manj omejen (Fiske 2005, 66).

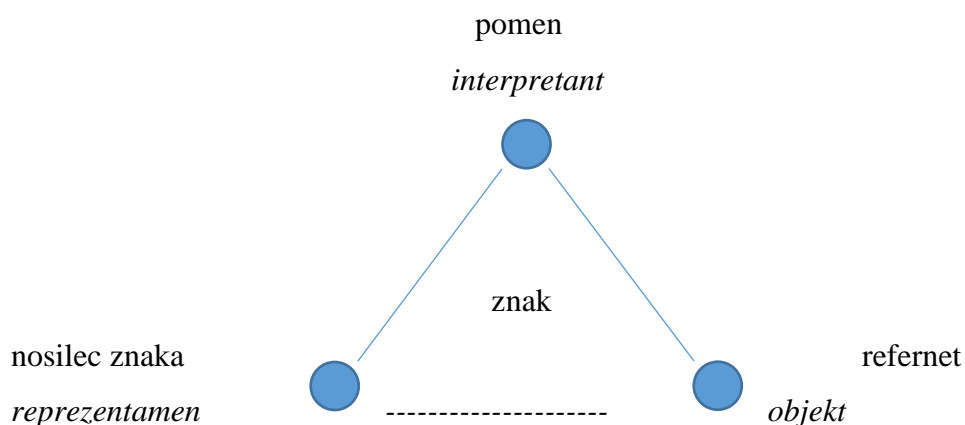
Arbitrarni znaki se tako ujemajo s tistimi, ki jih Peirce imenuje simboli, ikonski pa s tistimi, ki jih Peirce imenuje ikone (Fiske 2005, 66) in bodo predstavljeni nekoliko pozneje. Slabost de Saussurjeve ideje o arbitrarnosti in ikoničnosti znaka je v njeni neprimernosti za razlago vizualnih podob, ki so motivirani znaki (Iversen v Rose 2001, 77). Za tistega, ki ne bi poznal konvencije, bi bil znak povsem brez pomena. Za razlago vizualne semiotike je zato primernejši Peirceov tridelni model znaka.

Ameriški filozof, matematik in logik Charles Sanders Peirce je za razliko od de Saussurja, čigar diadični model je bil rezultat osredotočanja predvsem na lingvistično plat znakov, s svojim triadičnim modelom izpostavil tudi pomen vizualnih znakov in podob. Tudi Bignell (1997, 14) meni, da »kljub temu, da je jezik najosnovnejša oblika komunikacije in produkcije

znakov, je naš vsakdan preplavljen s sporočili, ki vsebujejo tako lingvistične kot tudi vizualne znake.«

Če de Saussure s pojmom znak označi kombinacijo izrazne ravni, ki jo nadomesti z izrazom označevalec, in vsebinske ravni, ki jo nadomesti z izrazom označenec (Barthes 1990, 167), pa Peirce glede na strukturo znaka loči reprezentamen oz. reprezentirajoči znak, objekt in interpretant.

Slika 5.2: Peirceov triadični model



Vir: Nöth (1995, 89–90).

Med sabo so vsi trije pojmi torej povezani na način, da reprezentamen nadomešča objekt z interpretantom tako, da vzpostavi do objekta enako razmerje, kot ga ima do objekta reprezentirajoči znak. »Znak ali reprezentamen je nekaj, kar stoji za nekoga namesto nečesa. Znak se na nekoga naslavlja, kar pomeni, da zbudi v njegovem duhu ekvivalenten znak, ali morda bolj razvit znak. Ta znak, ki ga ustvari, imenujem interpretant prvega znaka. Znak stoji namesto nečesa, namesto svojega objekta. Namesto objekta ne stoji v vseh aspektih, temveč kot nanašanje na neko vrsto ideje« (Peirce v Škerlep 1996, 269).

Pomen znaka sestavljajo odnosi med njegovimi deli. Pri Peirceovi interpretaciji znaka je njegov pomen sestavljen iz procesa med reprezentamnom, objektom ter interpretantom in se imenuje semiosis oz. neskončen proces pomnjenja, »v katerega je poleg komunikacije vključena tudi kognicija« (Pierce v Škerlep 1996, 269). »Proces pomenjanja prehaja iz komunikacije v mišljenje in nazaj v komunikacijo kot neskončen niz znakov, ki v triadnem veriženju sprožajo drug drugega« (Škerlep 1996, 269). Peirce s triadičnim modelom prestopi

k problematiki znaka na »sintagmatski osi«, in ne na »sistemski osi« kot de Saussure, torej na ravni praktičnega veriženja znakov v sporočila in v njih prepletene mentalne predstave (Škerlep 1996, 269). Ker je vsak znak sestavljen iz interpretanta, ki je na drugem nivoju reprezentamen, se izraža semiosis kot serija zaporednih interpretantov, ki se nadaljuje v neskončnost (Peirce, v Nöth 2000, 43). Drugače povedano, vsak interpretant v nadaljevanju semiotičnega procesa postane reprezentamen, ki s tem vzpostavi novo razmerje do objekta in tako postane novi interpretant. Neskončni proces pomnenja temelji na asociativnem razmišljanju, ki nas vodi h interpretaciji, ki naj bi bila tista prava in s tem bližje resničnosti. Znaki zato vsebujejo številne pomene. Zatorej je možna neskončna interpretacija istega znaka.

Glede na odnos znaka med označevalcem in označencem pa Peirce razlikuje med ikono, indeksom in simbolom (Škerlep 1996, 269). »Vsak znak določa svoje predmete, prvič tako, da sodeluje pri značaju predmeta, v tem primeru imenujem znak ikona; drugič tako, da je resnično in v svojem individualnem obstoju povezan z individualnim predmetom, v tem primeru imenujem znak indeks; tretjič, da bo z bolj ali manj točno gotovostjo interpretiran kot denotacija predmeta zaradi navade...v tem primeru znak imenujem simbol« (Peirce v Fiske 2005, 60-61).

Vsakega izmed njih lahko obrazložimo na primeru ognja.

1. Fotografija ognja je po Peirceovem modelu **ikona**, ki je človeško oblikovan znak, značilen le za ljudi. Ikona je podobna ali pa je videti enako kot predmet, ki ga ponazarja. Na neki način opisuje njegove bistvene lastnosti; lahko je tudi videti enako ali pa zveni na enak način. Ikona je motiviran znak. Ikona je lahko npr. zemljevid, vizualni znak za stranišče, slika device Marije z Jezusom ipd.
2. Dim, ki se kadi iz ognja, bi bil v tem primeru **indeks**, saj ima neposredno oz. resnično povezavo s predmetom (ognjem). Je njegov stranski produkt. Brez ognja ne bi bilo dima. Indeksi so za razliko od ikone in simbola naravno oblikovani znaki, ki jih najdemo v naravi, pri živalih ter zavzemajo velik del neverbalnega sporazumevanja. So fizično ali vzročno neposredno povezani z objektom, ki ga označujejo. So znaki, ki prek sebe kažejo na nekaj, kar ni neposredno zaznavno. So tisti znaki, ki so najmanj konvencionalni in najbolj motivirani.
3. Beseda »ogjenj« je znak, ki ga Peirce imenuje **simbol**, saj je povezava predmeta (ognja) s simbolom (besedo »ogjenj«) stvar dogovora, pravila, sporazuma ter zajema

velik del kulturno in družbeno pogojenega sporazumevanja. Njihove vsebine se moramo naučiti. Tako bi lahko v skladu z dogovorom za predmet ogenj obstajala druga beseda – npr. voda. Enako kot ikona je tudi simbol človeško oblikovan znak. So nemotivirani znaki (Fiske 2005, 61; Sonesson 2004).

Navkljub Peirceovi delitvi pa natančno določenih mej med vrstami znakov ni. Tako je lahko znak ikona, indeks, simbol ali pa kombinacija le-teh. Če bi imeli fotografijo rože, bi bila roža potem ikona. Če bi nas spominjala na pomlad, bi govorili o roži kot ikoni. Ko nekemu podarimo rožo, je to lahko simbol ljubezni (Moriarty v Berger 2000, 35). Še nekoliko slikovitejši pa je primer, ko je irska pop pevka Sinead O'Connor leta 1992 na ameriški televiziji raztrgala fotografijo papeža Janeza Pavla II. z besedami »Fight the real enemy« (v prevodu »Bojuj(te) se proti pravemu sovražniku«): ikoničnost fotografije je v tem, da je bila enaka kot realna oseba; indeksičnost fotografije je v tem, da nakazuje realni obstoj moškega v resničnem svetu; in najpomembneje, fotografija je bila simbolna reprezentacija institucije katoliške cerkve (Moriarty 2005, 230).

Peirceova razdelitev znakov je predmet številnih razprav, a je »pomembna za analizo pomenske strukture sporočil« (Škerlep 1996, 270). Z njo si lahko pomagamo pri interpretaciji razmerij med vizualnimi znaki in besednimi, saj omogoča predstavitev razmerja med različnimi vrstami znakov, tako verbalnih kakor vizualnih, katerih prisotnost v našem vsakdanjem življenju je iz dneva v dan večja. Tovrstna razdelitev znakov je uporabna tudi za predstavitev razmerij znakov na naslovnici časopisa oz. natančneje karikatur, ki »so primeri sporočil, ki poskušajo prenesti veliko informacij z uporabo preprostih, neposrednih sredstev – uporabijo preproste označevalce za kompleksne označence« (Fiske 2005, 62).

Relacija med označencem in označevalcem je arbitrarna in konvencionalna, kar pomeni, da je pomen znaka plod dogovora in lahko zato različnim ljudem različno pomeni. Znak lahko označimo kot kulturni in komunikacijski proizvod. Pri analizi sistema pomena tako proučujemo odnose med znaki. Kategorije in razmerja med njimi oblikujejo sistem, ki ga lahko razumemo kot skupek pravil, po katerih se ravnamo. Za razkodiranje znaka si pomagamo s konceptualnimi zemljevidi. Večpomenskost znaka pa lahko dešifriramo z ustreznimi konceptualnimi zemljevidi (Culler in Berger 2004).

Nobeno sporočilo, tudi vizualno, nima le enega pomena. Vsak bralec lahko podobo interpretira na povsem svoj način. Število različnih interpretacij je skoraj tolikšno, kolikor je različnih bralcev. Pri branju karikatur si lahko pomagamo z idejo razslojevanja pomena, ki jo je vpeljal Roland Barthes, eden od najpomembnejših avtorjev in pionirjev na področju vizualne semiotike, pri čemer loči dve ravni pomena podob, in sicer denotacijo in konotacijo, kjer ima znak poleg običajnega pomena še dodatni oz. preneseni pomen.

De Saussure se v svojih teorijah o odnosu znaka ni ukvarjal toliko s tem, kako znaki in besedilo delujejo vzajemno s kulturo in osebno izkušnjo uporabnika ter kako konvencije v besedilu delujejo vzajemno s konvencijami, ki jih je uporabnik izkusil in pričakoval. Za Barthesa, ki je prvi vzpostavil sistematični model, s katerim lahko analiziramo to pogajalsko, interaktivno zamisel o pomenu (Fiske 2005, 95), je »analiza pomenov različnih elementov kulture pokazala, da specifična srečanja označevalcev in označencev tvorijo znake, ki lahko na naslednji, abstraktnejši ravni kulturnih pomenov predstavljajo nov označevalec« (Stankovič 2002, 34). Barthes meni, da vsako podobo sestavljajo različni sloji oz. stopnje pomena. Različne vrste signifikacije. Naravo pomenov določa kontekst, v katerem so podobe vsebovane, in okoliščine. Kode pa ločimo na tiste, ki ne nosijo dodatnega pomena in so zato objektivne, ter na tiste, ki so obtežene s socialnimi pomeni (Barthes 1971/1979).

Prvo vrsto signifikacije imenuje Barthes denotacija, ki opisuje »odnos med označevalcem in označencem znotraj znaka in odnos znaka do njegovega nanašanca v zunanji stvarnosti /.../ Nanaša se na jasen in očiten pomen znaka« (Fiske 2005, 95). Barthes poimenuje denotacijo tudi kot sporočilo brez koda oziroma dobesedno sporočilo (1977, 36). Za Barthesa je to preprosta, opisna raven, pri čemer večina bralcev razume besedilo enako, zaradi splošnega konsenza pa se strinjajo z njegovim pomenom na prvi ravni. Na sliki lahko, opozarja, prepoznamo le tisto, kar nam je že znano. Kot primer navaja sliko Panzanijevega oglasa (slika 5.3), kjer je potrebno za razumevanje oglasa na denotativni ravni poznati paradižnik, nakupovalno vrečo (mrežo), paket testenin ipd. Poznavanje naštetega pa spada v antropološko znanje posameznika in je odvisno od kulture, v kateri živimo (Barthes 1977, 33).

Slika 5.3: Panzanijev oglas



Vir: McCabe (2009).

Konotacija je izraz, s katerim je Barthes opisal enega izmed treh načinov, kako delujejo znaki v drugi vrsti signifikacije (Fiske 2005, 96) in se navezuje na vse tisto, kar pri denotaciji zanemarimo. Druga načina, kako znaki delujejo v drugi vrsti signifikacije, sta mit, ki je podrobneje predstavljen v nadaljevanju, in simboli. Konotacija je torej slikovno sporočilo na simbolni ravni, njegov pomen pa se nanaša na širše kulturne oziroma ideološke okvirje – na splošna prepričanja, vrednote in koncepte (Barthes 1977, 49). Na preneseni ravni se označevalec navezuje na širšo raven pomenov v določeni družbi (Stankovič 2002, 34). Konotacijo Barthes vidi kot interakcijo, kadar se znak sreča z občutji ali čustvi uporabnikov in vrednotami njihove kulture. To je takrat, ko se pomeni pomaknejo proti subjektivnemu ali vsaj intersubjektivnemu: takrat, ko tolmač vpliva na interpretanta prav toliko kot predmet ali znak« (Fiske 2005, 96). Če vzamemo za primer karikaturu, je denotacija to, kar je s karikaturu narisano, konotacija pa, kako je narisano. Konotacija je precej arbitrarna, specifična za določeno kulturo, čeprav ima pogosto ikonsko razsežnost. Ker učinkuje na subjektivni ravni, se je velikokrat ne zavedamo (Fiske 2005, 96 – 97). »V tem procesu svojo vlogo igra bralec s svojim znanjem o sistematičnem kodiranju slike. S tem na pomen podobe vpliva bralevo ozadje« (Crow 2003, 57). Z drugimi besedami gre pri konotaciji za neke vrste asociacije, ki pa so odvisne od sociokulturnih in osebnostnih vplivov – družbenega razreda, starosti, spola, verske in etnične pripadnosti ipd. Pri oglasu za Panzanijeve izdelke, nakupovalna vrečka skupaj s paketi testenin bralca spominja na Italijo oz. na koncept »italijanskosti« (Barthes 1977, 34). Pomembne so bralevo vrednote in stališča.

## 5.2 Zemljevid za razumevanje znakov in pomena

Od trenutka začetka / pojave knjig, obstaja povezava med besedilom in sliko. Danes, v svetu množičnih komunikacij, pa se zdi, da je jezikovno sporočilo prisotno v vsaki podobi: kot naslov, napis pod sliko, prispevek v časopisu, dialog v filmu, oblaček v stripu itd. Zato ne smemo govoriti le o obdobju podob, saj smo še vedno, in bolj kot kdajkoli prej v obdobju pisanja. Seveda lahko v risankah ali karikaturah še vedno najdemo podobe brez teksta, vendar nikoli brez skritega pomena. Barthes meni, da na splošno podobe v medijih vsebujejo tri sporočila – jezikovno sporočilo, denotativno podobo in konotativno podobo. Katere so torej naloge jezikovnega sporočila glede na podobo? Po Barthesu sta funkciji dve: sidranje (“anchorage”) in prenašanje sporočila (“relay”). Za podobe velja, da imajo več pomenov, so polisemične, od vsakega bralca pa je odvisno, katere pomene bo izbral in katere bo ignoriral (Barthes 177, 38). Jezikovno sporočilo je tako tisto, ki fiksira pomen (Škerlep 1996, 271), v kolikor je to naš cilj. Torej v situaciji, ko imamo poleg podobe tudi jezikovno sporočilo je to tisto, ki zasidra njen pomen in jo tako poveže s situacijo v prostoru in času. Je tisto, ki doda odločilno informacijo

Naloga jezikovnega sporočila je, da nam pomaga prepoznati posamezne elemente na sliki oz. pomaga pri odgovoru, kaj je na sliki. Ko govorimo o simboličnem sporočilu slike oz. podobe, jezikovno sporočilo nima več prepoznavne funkcije, ampak interpretativno. V tem primeru nam pomaga, da iz različnih možnih konotacij, ki jih nosi podoba izberemo najustreznejšo(e). (Barthes 1977, 39). Konotacija bralcu omogoči večji obseg različnih pomenov kot denotacija, zato ima jezikovno sporočilo nalogo, da zoži ta obseg pomenov ali pa da onemogoči določene dele tega obsega (Fiske 2005, 117). Tako ob prisotnosti jezikovnega sporočila ne moremo govoriti o nevtralni podobi, saj le-ta izbere eno od njenih možnih razlag oz. enega od možnih pomenov.

Sidranje pomena je lahko tudi ideološko, ko jezikovno sporočilo bralca vodi med številnimi označenci podobe in ga nato usmeri proti točno vnaprej določenemu pomenu, torej mu sidra pomen. Na ta način nam jezikovno sporočilo pove, kako naj vidimo sliko. V naštetih primerih ima jezikovno sporočilo funkcijo pojasnjevanja, ki pa je selektivna, saj se metajezik ne nanaša na celovitost ikoničnega sporočila, ampak samo na nekatere znake na način, da določene izpostavi, druge pa ignorira (Barthes 1977, 40). Za Barthesa deluje sidranje tudi kot pomoč pri primerni umestitvi podobe v bralčevo izkušnjo sveta (Fiske 2005, 117).



Medtem ko je sidranje najpogostejša funkcija jezikovnega sporočila, se funkcija prenašanja redkeje pojavlja. Predvsem jo lahko zasledimo v karikaturah, risankah in stripih, kjer so podobe skupaj z besedilom v komplementarni zvezi – jezikovna in slikovna sporočila so fragmenti, ki z dopolnjevanjem ustvarijo zgodbo. Prenasjanje sporočila pride do izraza v primerih, kjer namen dialogov ni le v pojasnjevanju podobe, ampak tudi v izražanju pomena, ki ga bralec ne bi mogel razbrati s podobe. V primerih, ko sta v besedilu prisotni obe funkciji jezikovnega sporočila – sidranje in prenašanje –, je vedno ena izmed njih v dominantnem položaju (Barthes 1977, 41).

Za vizualno semiotiko je značilna izrazitejša polisemičnost podob v primerjavi z besedilom. Kot je bilo omenjeno, polisemičnost v osnovi pomeni, da ima znak lahko več različnih pomenov. Čeprav imamo na splošno vsi ljudje podoben sistem razumevanja pomenov, je interpretacija kulturno pogojena. Različne kulture imajo različne vizualne preference (Dondis 1974, 12). Zakaj neko podobo interpretiramo tako, člani drugih kultur pa drugače, leži v kulturnih kodih. Zato sta kontekst in bralec tista, ki dasta podobi pomen, ne pa ona sama (Sturken in Cartwright 2001, 48). Različnost pomenov vidi Lacey v arbitrarnosti znakov, kjer je njegov pomen odvisen od različnih dejavnikov, npr. od našega značaja, zgodovine ipd (Lacey 2002, 91). Pomen, ki ga komunicirajo vizualne podobe, za Gombricha ni semantično dokončen. Pomanjkljivost vizualnih podob je v nezmožnosti, da izrazijo čas, pogojnike, logične funkcije ipd. Zato so za pravilno branje in ustvarjanje dokončnega pomena pomembne konvencije, kodi in kontekst (Gombrich v Škerlep 1996, 270–271). Za Bignella pa lahko dobi znak pomen, ko mu nasproti postavimo nekaj, kar je različno od njega. Tako razlikovanje med znaki ustvarja njihove pomene (Bignell 1997, 9). Hardt pritrjuje kulturni in zgodovinski zaznamovanosti podob, zaradi česar je njihov pomen odvisen tudi od socialnih (ali političnih) okoliščin sporazumevanja in družbe (Hardt 2002, 324). Ker je podoba arbitrarni znak, njen pomen ni fiksiran, ampak ga določajo uporabniki v nekem prostoru in času (Hardt 2002, 324).

### ***5.2.1 Konvencija in semiotični kodi***

Za vsako sporazumevanje je torej značilno, da poteka v nekem kulturnem in družbenem kontekstu, torej temelji na nekem skupnem družbenem znanju udeležencev. Majhen del tega znanja je ekspliciten, večji del je impliciten, a nujno potreben za sporazumevanje. Če želimo razumeti implicitne vidike sporazumevanja, moramo upoštevati ožji ali širši družbeni

kontekst sporazumevalnega procesa. (Ule in Kline 1996, 29) Iz tega sklepamo, da so vsem udeležencem skupna dogovorjena pravila, kodi, zaradi katerih lahko na podoben način interpretiramo pomene.

Hall v svojem Delu reprezentacij primerja skupne kode s skupnimi konceptualnimi zemljevidi in razlaga, da pomen ni v predmetu, osebi ali reči, niti ne v besedi. Mi smo tisti, ki ga močno utrdimo in se nam počasi zazdi naraven in neizogiben (Hall 2004, 41). Od nas samih je odvisna interpretacija besed, znakov in njihov obstoj v neki kulturi. Sistem reprezentacij je tisti, ki nam pomaga pri konstrukciji pomena, medtem ko ga utrdimo s pomočjo kodov, ki določijo korelacijo med konceptualnim in jezikovnim sistemom (Hall 2004, 42). To, da smo del iste kulture pravzaprav pomeni, da pripadamo približno enakemu konceptualnemu in jezikovnemu sistemu (Hall 2004, 42).

Pomen podobe ni nikoli povsem enak, preden je podoba kodirana in po tem, ko jo bralec dekodira. Razliko v pomenih lahko iščemo v razkoraku med tistimi, ki ustvarjajo sporočila, in tistimi, ki jih prejmejo (Eco v Berger 1982, 35). Kompleksnih kodov se naučimo s socializacijo znotraj družbe in kulture ter predstavljajo sistem asociacij. Za ostale kode pa veljajo (ne)zapisana pravila, kot npr. prometni znaki (Berger 1982, 34–39). Kodi imajo lahko v različnih kulturah različne pomene, zaradi česar nam obisk kulture, ki je različna od naše, predstavlja t. i. kulturni šok (Berger 1998, 39).

V semiotiki zasledimo številne kategorije kodov. Chandler jih razvrsti v tri glavne kategorije, od katerih ima vsaka nekaj podkategorij (1995, 9. pogl.).

1. **Družbeni kodi**, ki jih nadalje deli na jezikovne kode, telesne kode, npr. fizični videz, blagovne kode, npr. obutev, in vedenjske kode, ki so vezani na določeno dejavnost, npr. protokol.
2. **Tekstualni kodi**, ki jih nadalje deli na znanstvene, estetske, ki so vezani predvsem na umetnost, žanrske, ki so vezani na določeno naracijo, in kode množičnih medijev.
3. **Ineterpretativni kodi**, pa zajemajo kode vizualnega zaznavanja in ideološke kode, ki zajemajo kodiranje in odkodiranje.

Moriartyjeva vidi cilj semiotične analize znakov v interpretaciji odnosov različnih kodov (2005, 238). Da bi raziskali pomen ali semiotično interpretacijo neke vizualne podobe, je potrebna dekonstrukcija različnih sistemov znakov in slojev kodov (Moriarty 2005, 238).

### **5.2.2 Kontekst in bralec**

Naše sociokulturne izkušnje pogojujejo, kako bomo določen vizualni tekst prebrali in ga razumeli. »Možgani, in ne oči, so tisti, ki razumejo vizualna sporočila« (Lester 2000, 25). Družba ni homogena enota, ampak jo sestavljajo različne interesne skupine, kar se odraža v različnih interpretacijah in razumevanju besedil (Stankovič 2002, 37). Podobe same ne ustvarjajo pomenov, ampak se le-ti ustvarjajo znotraj družbenih odnosov. Na ustvarjanje pomenov vpliva tudi (Cartwright in Sturken 2001, 45):

1. kako gledalec interpretira ali izkusi podobo;
2. kontekst, v katerem je bila podoba videna.

Lastne asociacije, čas in prostor, družbena klima, življenjske izkušnje ipd. vplivajo na to, da vidimo podobo drugače, kakor si jih je zamislil in kakor nam sporoča avtor. Na pomene vplivajo tudi gledalčeva starost, družbeni razred, spol ter regionalna in kulturna identiteta (Sturken in Cartwright 2001, 47), kakor tudi verska in politična pripadnost. Pomeni so tako »produkt kompleksne družbene interakcije med podobo, gledalcem in kontekstom« (Sturken in Cartwright 2001, 47). Vsaka vizualna podoba vzbudi v gledalcu dražljaj, ki nato sproži neki mentalni vzorec. Ko zagledamo stol, nas zamika, da bi se usedli. Lahko pa nas spomni na otroštvo (Newton 2001, 25). Vsakdo vidi v podobi neke dodatne, edinstvene pomene, ki jih drugi bralec ne bi zaznal.

Berger meni, da je pomen bralca premalo izpostavljen (Berger 1997, 14). Po njegovem mnenju bralčeve odzive na besedila in podobe preveč povezujemo z družbenim razredom ali spolom ter premalo z bralčevimi čustvi in psihičnim stanjem (Berger 1997, 14). Univerzalne podobe ne obstajajo. Lahko pa se umestimo v določene skupine, če imamo podobne predstave o podobah (Sturken in Cartwright 2001, 45). Ker pomena besedila ne določa zgolj avtor, ni nobena interpretacija napačna.

#### **5.2.2.1 Kako brati tekste?**

»Za pomen se vedno pogajamo« (Goldman 1992, 2). Pomen bralca oziroma okoliščin sporazumevanja izpostavi tudi Hall. Po njegovem mnenju nam preferenčni pomeni podajo model, ki omogoča povezavo dogovorjenih pomenov sporočila z družbeno strukturo, znotraj

katere delujeta tako sporočilo kot tudi bralec (Fiske 2015, 118). Z modelom treh vrst branja Hall negira sporazumevalni proces kot postopek, pri katerem sporočilo pride do prejemnika bolj ali manj nepopačeno (Stankovič 2002, 37–38). Vrste oz. pozicije branja opiše kot:

1. **Dominantno-hegemonsko pozicijo:** pozicijo: zaželeno branje, ki je dekodirano v skladu z referenčnim kodom. Bralec pasivno, brez vprašanj sprejeme dominantno sporočilo.
2. **Pogajalsko pozicijo:** ta način branja je v osnovi v skladu z referenčnim kodom zakodiranja, a prihaja do nekih odstopanj, izjem pri branju. Bralec se pogaja glede dominantnega pomena in interpretacije.
3. **Opozicijsko pozicijo:** bralec razume sporočilo, a se ne strinja. Mu nasprotuje ali pa ga ignorira. S tem, ko zavrne dominantno-hegemonsko pozicijo, se odloči razumeti besedilo znotraj nekega drugega referenčnega okvira.

Bralec pri zadnjih dveh načinih branja aktivno soustvarja pomen sporočila. Interpretacija je tako mentalni proces sprejemanja ali zavrnitve (dominantnega) pomena in asociacij, ki jih oddajajo podobe. Če bralec ne razume besedila, ga bere z odklonom (Lacey 1998, 87). Meje med vsemi načini branja niso določene, tako da se v praksi načini lahko prepletajo (Hall v Stankovič 2002, 38). Na to, kako bralec prebere, vpliva tudi pomen.

### ***5.2.3 Retorične figure***

Za vizualno komuniciranje pomenov ni dovolj le slikovita in močna podoba, ampak mora biti predstavljena na način, da vzbudi kreativne, zanimive ali tudi šokantne interpretacije pomena. S tropi si pomagamo pri izražanju, da je to enako nečemu drugemu. Za to, da bi lahko razumeli podobe, moramo razumeti kode, ki so enaki določeni kulturi (Chandler 1995, 8. pogl.). Ali kot pravi Moriatyjeva, moramo biti vizualno pismeni (2005, 482). Da bi dosegli stopnjo zmožnosti branja vizualnih pomenov, moramo poznati naslednje retorične figure:

1. **metafora** – ki v osnovi predstavlja možnost, da neki pojem uporabimo za konceptualizacijo drugega (Kaplan 2005, 168);
2. **metonimije** – kjer neki pojem poimenujemo z izrazom drugega, predmetno povezanega pojma (SSKJ 2000) ali – z drugimi besedami – uporabimo znak, ki stoji namesto drugega in ima do prvotnega indeksično povezavo (Chandler 1995, 8. pogl.);

3. **sinekdoha** – se uporabi, ko želimo zamenjati en del s celoto in obratno (Lanham, v Chandler 1995, 8. pogl.). Sinekdoha bi tako bila stereotipno posploševanje na celotno populacijo oz. skupino na osnovi posameznikove lastnosti (Berger 1997, 45);
4. **ironija** – zanjo je značilna dvopomenskost in po navadi sporoča ravno nasprotno od tistega, kar lahko razberemo iz besedila. V osnovi gre za neskladje med ironičnim znakom in drugim označevalcem, ki v resnici sporoča ravno nasprotno od znaka (Chandler 1995, 8. pogl.).

### 5.3 Reprezentacija

Reprezentacija je uporaba jezika in podob za ustvarjanje pomena in slike o svetu okoli nas. S pomočjo besed in podob lahko vsakdo opiše in predstavi svet, tako kot ga vidi in razume. Hall je zapisal, da je reprezentacija raba jezika za izražanje nečesa smiselnega oziroma smiselna predstavitev sveta drugim. Meni, da je ključni del procesa, v katerem člani iste kulture proizvajajo pomene in si jih izmenjujejo. Vključuje pa uporabo jezika, znakov in podob, ki štejejo za stvari ali jih predstavljajo (Hall 2004, 35).

Reprezentacija z ustvarjanjem pomena predstavlja vezni člen med jezikom in kulturo. Hall meni, da lahko z njo osmislimo svet ljudi, predmetov in dogodkov (Hall 1996, 35–36). Reprezentacijske prakse so po Hallu eden izmed štirih procesov, ki sestavljajo kulturni krogotok in proizvajajo pomene znotraj označevalnih sistemov, kot so: govor, pisanje, tisk, video, film, radio, fotografija, televizija itd (1996, 34). Pomen pa je odvisen od »odnosov med stvarmi v svetu – ljudmi, predmeti in dogodki, najsi bo resničnimi ali izmišljenimi – in konceptualnim sistemom, ki lahko deluje kot njihova miselna reprezentacija« (Hall 2004, 38).

»Reprezentacija je proizvodnja pomena s pomočjo jezika. Pomen je proizveden znotraj jezika ter znotraj in s pomočjo različnih reprezentacijskih sistemov, ki jih zaradi priročnosti imenujemo jeziki. Pomen pa je konstruiran s pomočjo označevalnih praks, torej praks, ki proizvajajo pomen« (Hall 2004, 48–49). Hall jezik pojmuje v zelo širokem smislu. Z njim ne misli zgolj na pisni ali govorjeni sistem, ampak kot »kateri koli zvok, besedo, podobo ali predmet, ki funkcionira kot znak in je skupaj z drugimi znaki organiziran v neki sistem, ki lahko vsebuje in izraža pomen« (Hall 2004, 39).

### 5.3.1 Mit

Za Barthesa je mit eden izmed načinov, kako delujejo znaki v drugi vrsti signifikacije in s pomočjo katerega je možno brati medijske tekste. Za Barthesa je mit kot veriga povezanih predstav in način razmišljanja kulture o nečem, način konceptualizacije ali razumevanja tega (Fiske 2005, 97). Če se vrnemo na Panzanijev oglas za testenine, vidimo na prvi, denotativni ravni nekaj vrečk testenin, pločevinko, vrečko, manjše število paradižnikov, čebul, paprik in gob, ki ležijo v napol odprti nakupovalni mrežasti vrečki. Na konotativni ravni dobi oglas kulturni pomen, saj simbolizira »italijanskost«. Če povežemo obe ravni, postane Panzanijev oglas mit o bistvenem pomenu italijanskosti kot narodne kulture (Barthes 1977, 33).

Barthes pravi, da miti naturalizirajo zgodovino (Fiske 2005, 98). Želi povedati, da so miti produkt družbenega razreda, ki je imel nadvlado v določenem zgodovinskem trenutku. Pomeni, ki so nastali v tistem času, začnejo delovati kot mit. Po drugi strani pa miti predstavljajo pomene kot nekaj naravnega in tako prikrijejo svoj izvor in politično ali družbeno razsežnost (Fiske 2005, 98). Pogled na karikaturu osebe ali objekt nam tako aktivira verigo predstav o tej karikaturi, ki so obstajale pred njenim nastankom in sestavljajo mit.

Funkcija mita je naturalizirati kulturne ali dominantne vrednote, odnose ali prepričanja (npr. moškost, svobodo itd.) in jih narediti povsem naravne, normalne, samoumevne (Chandler 1995, 7. pogl.). Tako kot metafora nam pomaga razumeti in osmisliti naše izkušnje znotraj kulture (Lakoff in Johnson, v Chandler 1995, 7. pogl.). Mit je torej »skriti set pravil in konvencij, skozi katerega se pomeni, ki so dejansko specifični za posamezne skupine, zdijo univerzalni in dani celotni družbi« (Cartwright in Sturken 2001, 19). Deluje kot posebna oblika jezika, ki vzame obstoječ sistem znakov in iz njega naredi neki nov znakovni sistem (Bignell 1997, 16). Fiske označi delovanje mita za metonimično, saj nas »en znak stimulira tako, da sestavimo preostali del verige predstav, ki sestavljajo mit, tako kot nas metonimija stimulira, da si predstavljamo celoto, katere del je« (Fiske 2005, 105). Miti, metonimije in indeksi delujejo podobno v tem, da so znaki in njihovi nanašenci vsi na isti ravni: vsi delujejo v bližini. Mit in metonimija izkoristita dejavnik resnice naravnega indeksa in ga dogradita tako, da prikrijeta njegovo indeksno naravo (Fiske 2005, 105).

Mit lahko označimo kot govor, način označevanja, formo (Barthes 1979, 263) oz. kot sekundarni semiotični sistem, ki ga sestavljajo konotativni pomeni, vmeščeni na denotativni nivo pomena (Nöth 2000, 376). S tem ko na denotativni ravni uporabijo dejanska sporočila

kot nosilce skritih oz. prikritih ideoloških pomenov na konotativni ravni, služijo naturalizaciji sporočil dominantnega razreda (Nöth 2000, 376). Tudi Barthes govori o nanašanju mita na ideološke pomene, fotografije pa so zanj še posebno dobri prenašalci teh pomenov, ker jih naturalizirajo. Bralci jih dojemamo kot dejstva in jih ne prepoznamo kot ideološke konstrukcije. (Barthes 1977, 41) »Mit je potemtakem družbeno konstruirana slika realnosti, saj realnost organizira tako, da povsem historične in dogovorjene stvari transformira v naravne in fiksne« (Pušnik 2003, 268).

### **5.3.2 *Mi in oni***

Za Zahodne družbe je značilno, da skušamo večino pojavov razumeti na način, da jih strukturiramo v nekakšne kategorije. Ustvarjanje tovrstnih konceptualnih kategorij, je za strukturalista Levi-Straussa bistvo oblikovanja pomenov. Bistvo tega procesa, pa je struktura, ki jo imenuje binarna opozicija (Fiske 2005, 123). Binarna opozicija je tako sistem dveh povezanih vendar nasprotujočih kategorij, ki organizirajo pomene preko razlik. Fiske (2005, 123) pravi, da kategorija A ne more obstajati sama kot bistvena, lahko le kot strukturiran odnos s kategorijo B. A je logična le zato, ker ni B. Brez kategorije B tudi ne bi bilo meje za A, torej ne bi bilo kategorije A.

Po Levi-Straussu (1972, 8) je binarna opozicija, ki določa simbolne pomene v družbi in kulturi, opozicija narava – kultura. Najti jo je mogoč v vseh kulturah in družbah – v kulturnih in religijskih kodih. Na osnovno strukturo se veže niz pomenov; narava postane npr. tudi žensko, temno, pasivno, zemlja, medtem ko postane kultura moško, svetlo, aktivno, nebo. Običjano nekoga, ki nam ni podoben in se tako razlikuje od nas, predstavimo s sistemom binarnih opozicij. Osnovne binarne opozicije, ki so značilne za razumevanje družbene resničnosti, kot jo vidi Zahodna družba, lahko razdelimo na: zahodno – vzhodno, krščanstvo – islam, razvito – nerazvito, civilizirano – barbarsko, dobro – slabo.

Binarne opozicije pa niso enakovredna razmerja: pri postavljanju izrazov v pare so odnosi med njimi v večini primerov hierarhični. Dvema označencema v paru sta pripisani različni vrednosti. Superiornost ene zahteva inferiornost druge. Problematičnost hierarhije se prepozna šele v praksi, kjer so »primitivni« ljudje klasificirani na podlagi »naravnih« in samoumevnih dejstev inferiornosti določene skupine. Nasprotja, ki odražajo evropocentrični diskurz izražajo logocentrično dualistično strukturo zahodnega mišljenja, ki pa se predstavlja

kot univerzalna. Iz binarnih opozicij torej z nizanjem drugih pomenov nastaneta dva nasprotujoča si diskurza, postavljena v hierarhičen red, le ta pa je predstavljen kot naravno in objektivno dejstvo (Meh 2011, 256). Francoski filozof Jacques Derrida (Hall 2003, 235) ugotavlja, da obstaja zelo malo nevtralnih binarnih opozicij. En pol je vedno dominanten, med poloma pa vedno obstajajo odnosi moči. Oblika, ki je v paru nezaznamovana, je tipično dominantna in deluje kot nevtralna, normalna, naravna. Zaznamovana oblika pa je tista, ki je kategorizirana kot drugačna, zunaj običajnega, kot poseben primer. Pola nezaznamovano – zanamovano lahko tako beremo kot norma-deviacija.

O tem, da izhajajo iz osnovnih binarnih opozicij nadaljnje konotacije in pomeni, ki se nanj prilepijo in skupaj oblikujejo dualističen diskurz razumevanja sveta, govori tudi Levi-Strauss (2004, 179): »Izhajajoč iz binarne opozicije, ki je najenostavnejši primer sistema, kar si jih je mogoče zamisliti, se ta zgradba tvori s kopičenjem novih členov na vsakem od obeh polov, izbranih zato, ker so s tem polom v odnosu opozicije, korelacije ali analogije.« Ta proces povzroči, da se začne posamezna skupina razlikovati od drugih skupin. Sprožita se nujna procesa homogenizacije navznoter in izključevanja navzven.

### **5.3.3 Ideologija**

Pomeni, ki jih ustvarjajo konotacije in miti, niso samo v besedilu, ampak so ustvarjeni v interakciji med besedilom in občinstvom. Ko sta besedilo in občinstvo člana tesno povezane kulture in subkulture, je interakcija gladka. Tako se konotacije in miti, na katere se besedilo nanaša, tesno skladajo s konotacijami in miti članov občinstva. Tako lahko ideologijo razumemo kot preferenčni pomen, ki ga skupaj ustvarita bralec in besedilo, pri čemer je bralec predstavljen kot nekdo z določenim zbirom odnosov do dominantnega vrednostnega sistema in preostale družbe (Fiske 2005, 170).

Raymond Williams (Fiske 2005, 171) loči tri definicije ideologije glede na uporabo v kontekstu:

1. **Sistem prepričanj**, ki so značilna za določen razred ali skupino. Izraz ideologija se nanaša na način organizacije odnosov v jasen vzorec.
2. **Sistem dozdevnih prepričanj** – napačne ideje ali napačno zavedanje – kar lahko postavimo nasproti resničnemu ali znanstvenemu znanju. Ideologija se razume kot



kategorija iluzij in napačne zavesti, s katero vladajoči razred ohranja oblast nad delavskim razredom. Pomeni so odvisni od dominantne ideologije.

3. **Splošen proces ustvarjanja pomenov** in idej. Ideologija je v tem primeru termin, ki se uporablja za opisovanje družbenega ustvarjanja pomenov. Miti in konotirane vrednote so to, kar so, prav zaradi ideologije, katere uporabne manifestacije predstavljajo.

Kako ideologija prek znakov ustvarja pomene, je Fiske prikazal na primeru televizijske oddaje, ki je govorila o uporabi znanstvenih dognanj v poljedelstvu in pridelavi hrane. Oddaja je bila strukturirana okoli določenih binarnih opozicij, ki so v osnovi predstavljale nasprotje med znanostjo in neznanostjo. Ta struktura pa je predstavljala ideološki okvir na način, da »smo mi v primerjavi z njimi to, kar je znanost v primerjavi z neznanostjo« (Fiske 2005, 173). Oddaja je bila narejena za tiste, ki so v strukturi predstavljeni z »mi« in »znanost«, primarno pa je govorila o tistih na drugi strani strukture, torej o »njih« in »neznanosti«. Ideologija se je v oddaji manifestirala skozi predstavitev vrednot in značilnosti kulture, ki ne temelji na znanosti, medtem ko so bile vrednote in značilnosti kulture, ki temelji na znanosti, omenjane posebej in obravnavane kot samoumevne (Fiske 2005, 173).

Ideologija so tako ideje, norme ali vrednote, ki družbi kažejo, kaj od tega naj bi bilo sprejeto kot resnica in kaj naj bi bilo napačno, neresnično (Nöth 2000, 377). Dominantni pogledi podpirajo centralne družbene institucije in skrbijo za politični, ekonomski in kulturni red ter nadzor. S širjenjem dominantnih ideologij te institucije vzdržujejo status quo v družbi. Tisti, ki jih dominantna ideologija označi za drugačne, so izključeni iz seta pomenov »pravilnega«, »normalnega« in »naravnega«. Tako so tisti, ki odstopajo od norm in pravil dominantne ideologije, »drugi«, s sistemom binarnih opozicij vedno potisnjeni na obrobje, stran od »nas«.

## 6 SEMIOTIČNA ANALIZA KARIKATUR

Charlie Hebdo je satirični časnik z dolgoletno tradicijo. Njegov začetek sega v oktober 1960, ko je začel izhajati še pod imenom Hara-Kiri Mensuel, od leta 1970 naprej pa pod sedanjim imenom Charlie Hebdo. Gre za francoski satirični časopis, ki velja za sekularnega, ateističnega, levo usmerjenega in antirasističnega. V nekonformističnem in pogosto

nespoštljivem tonu obravnava različne teme o religiji, politiki, kulturi in desnem ekstremizmu.

Slika 6.1: Karikatura »To je moje telo.«



Vir: Lucas (2015).

V časniku v skladu z družbenim in dnevno političnim dogajanjem obravnavajo enakomerno vse teme. Tako na religijskem področju ni izostala nobena od glavnih religij. Morda najbolj znana karikatura (slika 6.1), namenjena krščanski cerkvi, je bila upodobitev papeža, ki nad glavo drži kondom in pravi: »*To je moje telo.*« Karikatura se je nanašala na dokaj nespretno izbrane besede, ko je papež rekel, v katerih primerih je uporaba kondoma sprejemljiva.

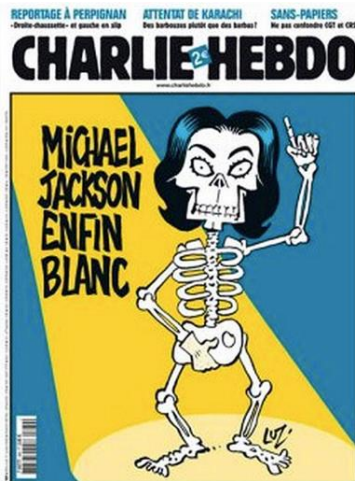
Slika 6.2: Karikatura »Za Belo hišo, ki bo resnično bela.«



Vir: Picone (2015).

Da v časniku ne obravnavajo zgolj evropske politike, je razvidno s karikature (slika 6.2), ki obravnava ene od preteklih ameriških predsedniških volitev, ko sta bila leta 2012 nasprotnika Barack Obama in Back Mitt Romney. Karikatura prikazuje Romneyja, ki se na shodu zavzema: *»Za Belo hišo, ki bo resnično bela.«*

Slika 6.3: Karikatura »Michael Jackson je končno bel.«



Vir: Picone (2015).

Kot primer karikature, ki obravnava kulturo, v tem primeru zabavno, je naslovnica (slika 6.3), ki je izšla po smrti slavnega ameriškega pevca Michaela Jacksona. Na karikaturi vidimo pevca, prikazanega s skeletom, ob njem pa je napis, ki v prevodu pomeni: *»Michael Jackson je končno bel.«*

Časnik Charlie Hebdo je v preteklih letih največ prahu dvignil z različnimi karikaturami na temo islama, od katerih bom tri nekoliko podrobneje predstavil.

### 6.1 Karikatura: *»Teško je, če te ljubijo kreteni«*

Ko analiziramo naslovnico (slika 6.4) na denotativni ravni zasledimo na vrhu strani stalne elemente časopisa, ki so: naslov, cena številke in napis, da gre za posebno izdajo. Vsi trije elementi so navedeni na drugačen način, in sicer naslov časopisa in cena sta izpisana s črno podlago, medtem ko je posebna izdaja izpisana z belo podlago.

Slika 6.4: Karikatura »Teško je, če te ljubijo kreteni.«



Vir: Kardoudi (2015).

Poleg tega je cena izpisana na belem kvadratnem ozadju, posebna izdaja pa na nekoliko ovalnem in nazobčanem ozadju črne barve. Naslov je izpisan z velikimi črkami, posebna izdaja je v zgornjem desnem kotu naslovnice izpisana manjše in cena številke, ki povezuje obe besedi naslova časopisa, z najmanjšo velikostjo.

Na naslovnici sta poleg stalnih elementov dva napisa, in sicer naslov karikature in besedilo v oblaku. Velika večina obeh zapisov je izpisana s črno podlago, le zadnji dve črki naslova karikature sta izpisani z belo podlago. Ozadje oblaka je bele barve. V spodnjem levem delu naslovnice je zapisana beseda »*Charb*«, ki je vzdevek avtorja karikature Stephana Charbonierja.

Osrednji element naslovnice je karikatura moškega. Da gre za moško osebo, razberemo z brade, ki je označevalec osebe moškega spola. Prav tako je brada označevalec odraslosti, tako lahko sklepamo, da karikatura prikazuje odraslo moško osebo. Če karikaturu podrobneje razdelamo, gre za moško osebo, ki je oblečena v črno obleko in s črnim pokrivalom ter si zatiska oči z obema rokama. Po drži telesa sodeč, moški kleči, z obema rokama pa je naslonjen na kolena. Po barvi kože na rokah gre za moškega svetle polti. Barva obraza, ki je

rdeča, odprta usta, držanje za glavo so označevalci, ki nakazujejo, da je moški v močnem čustvenem stanju. Lahko je tudi stanje bolečine. Ker sta ob njegovi desni roki vidni dve kapljici, lahko sklepamo, da moški joka in da sta kapljici njegovi solzi, ki označujeta jok. Barva ozadja naslovnice je roza, kar daje skupaj s črno bravo besedil in karikature močen in emocionalen kontrast.

Na denotativni ravni tako ne moremo razbrati veliko, s čimer bi si lahko pomagali pri razumevanju naslovnice in njenega sporočila. Ko pa v analizo vključimo še besedilo ter ga skupaj z znakom, ostalimi elementi in družbeno-kulturnim kontekstom nastanka karikature povežemo na konotativni ravni, dobi karikatura povsem nove pomene, ki so nam v pomoč pri razumevanju njenega sporočila.

Za razumevanje naslovnice je pomemben kontekst in družbeno ozadje v času njenega nastanka ter vidik glede reprezentacije religijskih osebnosti. Karikatura je nastala februarja leta 2006 kot nadaljevanje spornih karikatur preroka Mohameda, ki jih je pet mesecev pred tem objavil danski satirični časopis Jyllands-Posten in s tem povzročil številne proteste po svetu. V tistem času so naslovnice časopisov polnile novice o raznoraznih terorističnih napadih. Charlie Hebdo se je z objavo karikature preroka Mohameda prvič vidneje spotaknil ob islam.

Enodelna črna obleka in črno pokrivalo, ki spominja na turban, sta simbola oblačil iz arabskega kulturnega področja, zato skupaj z brado nakazujeta, da naj bi karikatura prikazovala moškega, ki je Arabec. To lahko sklepamo tudi iz naslova karikature, ki je na zgornjem levem delu naslovnice in v prevodu pomeni: *»Mohamed, preobremenjen s fundamentalisti.«* Besedilo v oblačku v prevodu pomeni: *»Težko je, če te ljubijo kreteni.«* Obe besedili imata funkcijo, pomagati bralcu pri interpretaciji. Njuna funkcija je, povezati karikaturu s kontekstom in ji tako dati konkretniji pomen, ki ga brez besedila ne bi znali razbrati.

Naslov *»Mohamed, preobremenjen s fundamentalisti«* iz različnih mogočih interpretacij, kdo je prikazan na karikaturi na naslovnici, izbere in zasidra najustreznejšo. Najbolj znana zgodovinska oseba s tem imenom je bil prerok Mohamed, mož iz Meke, ki je z islamom dal Arabiji enotno versko podobo, v muslimanskem svetu pa velja za poslednjega preroka, kar jih je bog poslal človeštvu. Da je karikatura ikona preroka, težko trdimo, saj je

ikona določena z obliko predmeta, dokazov o Mohamedovem videzu pa dejansko ni. Da gre za povezavo naslova s karikaturjo nakaže tudi druga beseda iz naslova, in sicer »preobremenjen«. Preobremenjenost je tako lahko vzrok za čustveno stanje in posledično za jok moške osebe (Mohameda) na naslovnici. Beseda »*fundamentalisti*« pojasni, zaradi koga je preobremenjen. V naštetih primerih gre za funkcijo sidranja pomenov, saj besedilo pomaga, da iz različnih mogočih interpretacij izberemo najustreznejšo. Besedilo »***Teško je, če te ljubijo kreteni***« je v belem oblaku, usmerjenem proti Mohamedu, ki tako nakazuje, da gre za njegove besede. V primerjavi z naslovom besedilo »*Teško je, če te ljubijo kreteni*« ne pojasni ravno veliko, in sicer le, zakaj Mohamed joka – zaradi razočaranja, ker ga ljubijo kreteni. Jok v tem primeru simbolizira razočaranje. Ker naslov govori o preobremenjenosti s fundamentalisti, lahko iz napisa »*Teško je, če te ljubijo kreteni*« sklepamo, da se oznaka »*kreteni*« nanaša na fundamentaliste. Našteto lahko označimo za sidranje pomenov, saj smo iz različnih interpretacij izbrali najustreznejšo. Če zdaj združimo pomene in poenostavimo, Mohamed joka zaradi preobremenjenosti z ljubeznijo, ki mu jo izkazujejo kreteni – fundamentalisti. Besedilo daje kar nekaj odgovorov, vendar pa je bil avtorjev namen v bolj specifičnem sporočilu. Če povežemo podobo in besedilo z družbenim kontekstom, da so islamski fundamentalisti izvajali teroristične napade v imenu Alaha, torej islama, Mohamed pa je poleg Alaha in Korana eden od največjih simbolov islama, dobi karikatura bolj specifičen pomen. In sicer, Mohamed se želi distancirati od fundamentalistov, ki v imenu ljubezni do islama in posledično tudi njega izvajajo bombne napade. Mohamed nam želi sporočiti, da se ne strinja z napadi in tovrstnimi zločini, ki se s strani fundamentalistov opravičujejo, da so izvedeni v imenu boga. Na ta način Mohamed sporoča bralcu, da fundamentalisti niso del islama in naj zaradi tega ne enačimo vseh muslimanov s fundamentalisti. V tem primeru govorimo o prenosni funkciji besedila. Saj besedilo ni zgolj pojasnilo posameznih elementov, ampak pomaga tudi pri izražanju pomena. Pomaga pojasniti in povezati podobo z besedilom ter družbenim kontekstom.

Mnogi karikaturisti so poudarili, da so glavna tarča časopisa ekstremisti, in ne islam. Pomembno vprašanje je, na koga leti opazka kreteni. Obstajata dve mogoči interpretaciji: da prerok govori o muslimanih na splošno ali le o fundamentalistih. Da bi se izognili dvomom in možnosti, da bi se izjava vzela iz konteksta, je avtor namenoma napisal del naslova na turban in s tem povezal besedo fundamentalisti z izjavo v oblaku. S tem je želel eksplicitno poudariti, da prerok s »kreteni« misli fundamentaliste, in ne muslimanov na splošno. Namreč bal se je množične reprodukcije karikature, kjer bi lahko (ne)namenoma izpustili naslov.

Ker so znaki polisemični in imajo lahko več različnih pomenov, lahko tudi karikaturu Mohameda na konotativni ravni beremo različno. Bistvene razlike v branju pridejo na ravni kulturnega konteksta, pri čemer bo nekdo iz zahodnega sveta videl in razumel karikaturu na način, kot jo je interpretiral avtor, medtem ko bo nekdo iz arabskega sveta karikaturu razumel kot blasfemično in poniževalno. Karikatura na naslovnici je ikonični znak, s pomočjo katere na denotativni ravni vemo, da prikazuje moško osebo. Dodaten pomen dobi, ko postane označevalec na drugi ravni signifikacije in konotira nove pomene. Na drugi ravni karikatura ni več zgolj znak za moško osebo, ampak znak preroka Mohameda. S tem, ko ga avtor prikaže kot srednjeveškega Arabca s turbanom in enodelnim oblačilom, da jasno vedeti, kaj si on in s tem časopis ter posledično zahodni svet mislijo o muslimanih. Torej, da so ideološko še vedno na stopnji srednjega veka, ko je cerkev in z njo religija diktirala življenje, ko je veljal zakon močnejšega in tistega, ki je imel orožje in je z razlogom ali brez njega obračunal s svojimi nasprotniki ali tistimi, s katerimi se ni strinjal.

Negativno konotacijo daje tudi črna barva oblačila, saj črna barva pomeni odsotnost svetlobe, v religijskem kontekstu pa simbolizira žalovanje, strah, zlo, krščanskega hudiča in črne sile.

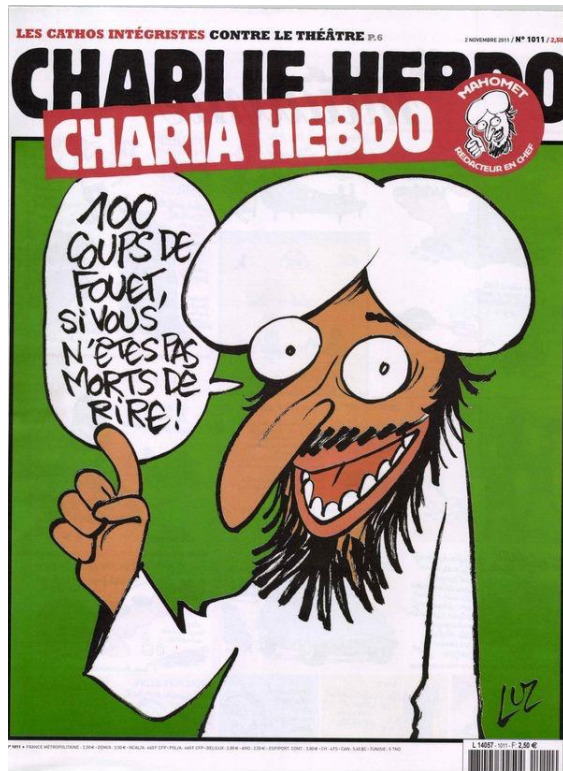
Tudi jok Mohameda se lahko razume na več načinov. Mit o moških pravi, da ne jočejo. Da je jok kot označevalec občutljivosti, krhkosti, ranljivosti ipd. bolj značilen za ženski pol. Omenjene lastnosti prav gotovo niso v veliki meri značilne za dominantne osebe, ampak za tiste, ki so bolj nagnjene k podrejenosti v odnosu. Če gledamo na karikaturu skozi prizmo binarnih opozicij: moški – ženska, zahod – vzhod, dominanca – podrejenost, potem lahko iz Mohamedovega joka razberemo podrejenost Zahodu. Ker je Mohamed simbol islama, deluje njegova karikatura metonimično in tako prenaša pomene na vse muslimane. Torej se lahko bralci identificirajo s pomeni, ki so pripisani karikaturi Mohameda.

## **6.2 Karikatura: »Šarija Hebdo«**

Tudi tokrat naslovnica (slika 6.5) na denotativni ravni ne pove ravno veliko. Naslovnica je barvno razdeljena na dva dela: večjega z zelenim ozadjem in manjšega z belim ozadjem, ki je v zgornjem delu naslovnice. V manjšem, belem delu najdemo stalne elemente, in sicer ime časopisa – Charlie Hebdo, ki je izpisan na črni podlagi in zaseda največji del, ter naslov enega od člankov, ki je zapisan nad imenom časopisa v zgornjem levem kotu naslovnice in v

prevodu pomeni: »Katoliški fundamentalisti nasprotujejo teatru«. Da ga najdemo na šesti strani, izvemo iz majhne oznake P.6 desno od naslova članka.

Slika 6.5: Karikatura »Šarija Hebdo.«



Vir: Bruchen in Hanne (2015).

Le-ta je zapisan na dveh barvno različnih podlagah. »*Katoliški fundamentalisti*« je zapisan na rdeči podlagi, medtem ko je »nasprotujejo teatru« na črni podlagi. V majhnem tisku na desni strani zgoraj je na črni podlagi naveden datum izdaje (2. november 2011), številka izdaje (1011) in cena izvoda (2,50 eur), ki je zapisana na rdeči podlagi.

Na meji med manjšim, belim in večjim, zelenim delom naslovnice je na rdeči podlagi napis »*Charia Hebdo*«, ki v prevodu pomeni »*Šeria Hebdo*«. Poleg napisa, ki delno prekriva ime časopisa, najdemo manjšo karikaturu moškega s črno brado, izrazito odprtimi očmi in belim pokrivalom na glavi, ki spominja na turban. Poleg karikature moške glave je vidna stisnjena pest z iztegnjenim palcem, ki je označevalec, da je nekaj v redu, da je OK. Nad glavo je izpisano ime »*Mohamed*«, pod njo pa v prevodu »*gostujoči glavni urednik*«.



Kot osrednjo figuro naslovnice vidimo moškega, oblečenega v belo oblačilo in z belim pokrivalom, ki spominja na turban. Gre za moškega nekoliko temnejše bele oz. zagorele polti, z brado, izrazito odprtimi očmi in dolgim nosom. Enako kot v prejšnjem primer je brada tista, ki pove, da gre za moško osebo. Torej je označevalec osebe moškega spola. Izraz na licu z odprtimi usti in razpotegnjenimi ustnicami v smeri proti ušesom je označevalec, da se moški smeje. Levo roko ima iztegnjeno ob telesu, z desno roko pa z dvignjenim kazalcem kaže na beli oblaček, v katerem je napis, ki v prevodu pomeni: »**100 udarcev z bičem, če ne umreš od smeha.**« Dvignjeni kazalec je označevalec tega, da želimo nekaj povedati ali usmeriti pozornost v določeno smer. Spodaj, desno od karikature moškega je zapis »**Luz**«, ki je vzdevek avtorja karikature Renalda Luziera.

Tudi tokrat na denotativni ravni ne moremo razbrati veliko o sporočilu, ki ga posreduje naslovnica. Zato je treba analizirati sliko na konotativni ravni. Pomene na konotativni ravni bomo tudi tokrat dobili s povezovanjem besedila s podobo. Za uspešno analizo in določanje pomenov je tudi tokrat pomemben družbeni in kulturni kontekst.

Za temeljito razumevanje karikature je treba poznati družbeno-kulturni kontekst. 2. novembra leta 2011 so s posebno izdajo, s katero so tednik za en teden preimenovali v »Charia Hebdo« ter odločitvijo, da na mesto »gostujočega« urednika postavijo preroka Mohameda, na edinstven način izrazili svoje mnenje o ideji uvedbe šeriatskega prava v Libiji po volitvah in na zmago islamistične stranke Ennahdha v Tuniziji. Vsebino številke je odgovorni urednik Charb napovedal že pred njeno izdajo, in sicer je povedal: »*Da ustrezno proslavimo uspeh islamistične stranke Ennahdha na volitvah v Tunizije, je Charlie Hebdo povabil Mohameda, da bi gostoval kot glavni urednik pri nastajanju naslednje številke. Islamskega preroka ni bilo treba dvakrat vprašati, za kar se mu zahvaljujemo. Za to odločitev so nas spodbudili dogodki v Tuniziji in Libiji, kjer smo videli ponovni prihod šeriatskega prava /.../ Konec koncev je lahko Mohamed tudi humorna in prijetna oseba.*« (BBC News 2011)

Ponovno enodelna obleka in pokrivalo določata, da podoba prikazuje moškega iz arabskega kulturnega področja. Da gre za Mohameda, s sidranjem pomena zagotovi napis »**Mohamed**«, ki je zgoraj desno. Funkcija besedila je zgolj sidranje pomena. Saj nam polega pojasnjevanja podobe ne sporoča nič drugega. Besedna zveza »**gostujoči glavni urednik**« pojasnjuje Mohamedovo vlogo v »novi reviji«, kar pomeni odgovornost za vse objavljeno. Tudi tokrat je funkcija besedila sidranje pomena s tem, ko pojasni Mohamedovo vlogo.

Naslov časopisa je v prevodu »*Šeria Hebdo*«. Za določanje pomena se bom tokrat navezal tudi na originalni zapis »*Charia Hebdo*«. Tekst nas na prvo žogo nekoliko zmede. Namreč težko razberemo, zakaj je prišlo do zamenjave imena časopisa in kaj naj bi novi naslov sporočal. Beseda šaria označuje šeriatsko pravo, ki je versko pravo in se nanaša na verska učenja, zapovedi in zakone, ki jih izda bog. V mnogih državah s prevladujočo muslimansko populacijo je sprejeto kot državna zakonodaja. Sprememba naslova določa oz. pojasnjuje temo tokratne številke, v kateri so se osredotočili na problem zatiranja žensk po šeriatskem pravu, na nasilje v družini, obvezno zakrivanje obraza, nošenje burk, omejevanja svobode, prisilne poroke, kamenjanje tistih, obtoženih prešuštva. Na ta način ima besedilo funkcijo sidranja. Pri menjavi naslova iz »*Charlie v Charia*« gre za humorno kategorijo, ki jo imenujemo besedna igra.

Na naslovnici je v oblačku poleg Mohameda napis »*100 udarcev z bičem, če ne umreš od smeha*«. Tekst nam ne pomeniveliko. Sidranju pomena nam pomaga naslov časopisa, ki nakazuje temo tokratne izdaje. Tako lahko razberemo, da se prvi del teksta »*100 udarcev z bičem*« navezuje na obliko kaznovanja, ki je značilno za šeriatsko pravo. Da je temu tako, izvemo iz nekaterih člankov, ki so na temo prakse kamenjanja, bičanja, amputacij rok, nog in jezika, poligamije ter zgodnje indoktrinacije otrok. Napis v celoti nam deluje nekoliko humorno, predvsem ironično saj svojo zbadljivost skriva v dvoumnosti besedila. Tudi pri tem gre za uporabo besednih igre.

Z Mohamedom, ki je predstavljen kot humorni glas razuma, želi časnik podati kritiko na nedavne volitve, hkrati pa poziva k ločevanju politike od religije in zatrjuje, da je islam kompatibilen s humorjem. To so želeli humorno in ironično pokazati s številnimi karikaturami, predstavljenimi v časniku, na zgoraj omenjene teme, kakor tudi z naslovno karikaturo.

Za barve še posebej lahko rečemo, da so polisemični znaki, saj jih lahko povežemo z različnimi pomeni. Zelena barva, ki prevladuje na naslovnici, ima posebno mesto v arabski zgodovini in kolektivnem spominu Arabcev. Danes se zelena barva uporablja na zastavah številnih držav kot simbol islama. Uporablja se lahko zgolj v religioznem kontekstu.

Eden izmed kamnov spotike objavljene karikature je bil rasistična in stereotipna reprezentacija Mohameda in s tem Arabca v ožjem oz. muslimana v širšem kontekstu. Čeprav so uredniki zatrjevali, da namen karikature ni bil provocirati, so s prikazom Mohameda z dolgim in ukrivljenim »judovskim« nosom dosegli ravno nasprotno. Mohameda, ki naj bi bil za islamske vernike po pomembnosti takoj za Alahom in ga po njihovem prepričanju že v osnovi ne bi smeli prikazovati, so predstavili z obliko nosu, ki stereotipno reprezentira tisti narod in veroizpoved, ki, kljub tolikokrat opevani pravici do svobode govora, v določenih primerih tudi v demokratičnih državah ne sme biti žaljen.

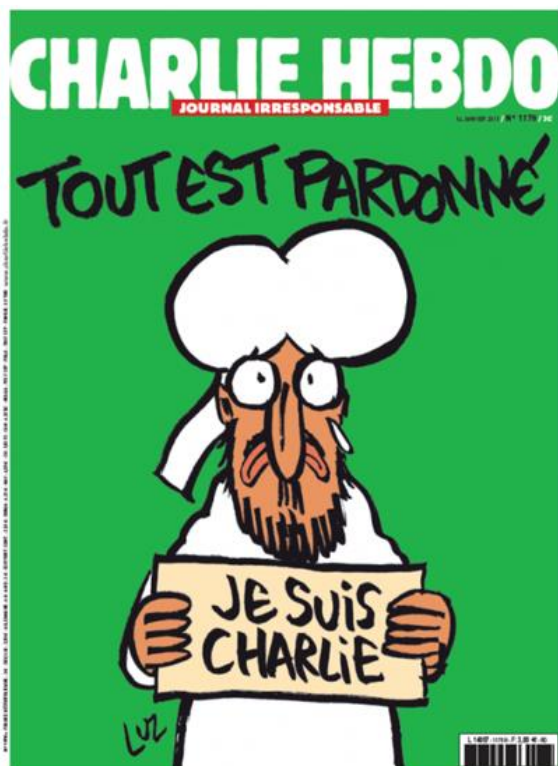
V svojih karikaturah so uporabljali rasne stereotipne elemente, ki spodbujajo ravno tiste vrste rasizma, proti katerim naj bi se po njihovih besedah boril Charlie Hebdo. Nekaj, kar se na eni strani deklarira za antirasistični časopis in ga na drugi strani objekt rasizma – manjšine same – označi za rasističnega, v neki točki zgubi svoj pomen. Namreč satira je v osnovi oblika, ki »udarja« navzgor. Oblika, ki zasmehuje oblast. Obstaja velika razlika med posmehovanjem klerikalnega razreda, ki je v preteklosti prek privilegiranega dostopa do oblasti vladal v Franciji, na eni strani in posmehovanjem vere potomcev priseljencev, ki imajo omejen dostop do institucij moči in doživljajo različne vrste predsodkov, na drugi.

### **6.3 Karikatura: »Vse je oproščeno«**

Naslovnica (slika 6.6) je nastala nekaj dni po terorističnem napadu na uredništvo časopisa Charlie Hebdo, ko sta dva napadalca ubila 12 urednikov in zaposlenih v uredništvu. Medtem ko so karikature Charlieja Hobdoja slogovno povsem preproste, sta za njihova sporočila značilni inteligentnost in večplastnost. Tokratna karikatura nedvomno spada med njihove najboljše.

V zgornjem delu naslovnice je zapisano ime časopisa s črkami na beli podlagi. Desno pod imenom časopisa pa so zapisani še ostali stalni elementi naslovnice, in sicer dan izdaje (14. januar), številka izdaje (1178) in cena (3 eur). Omenjeni stalni elementi so vsi zapisani na črni podlagi razen cene, ki je na beli. V spodnjem robu imena časnika je na rdečem ozadju na beli podlagi zapisano v prevodu neodgovorni časopis. Levo pod posterjem je zapis »**Luz**«, ki je vzdevek avtorja karikature Renalda Luziera.

Slika 6.6: Karikatura »Vse je oproščeno.«



Vir: Bruchen in Hanne (2015).

Na denotativni ravni smo ponovno priča moški osrednji figuri naslovnice, z brado, ki je označevalec moškega spola, podolgovatim nosom, izrazito odprtimi očmi, oblečen v povsem belo obleko in z belim pokrivalom, ki spominja na turban. Moški z obema rokama drži poster, na katerem piše »*Je suis Charlie*« ali v prevodu »*Jaz sem Charlie*«. Nad podobo je napis »*Tout est pardonné*« ali v prevodu »*Vse je oproščeno*«. Izraz na licu kaže, da je oseba v čustvenem stanju žalosti. Na to nas opomnita dva označevalca tovrstnega stanja, in sicer navzdol obrnjene ustnice ter solza. Oba sta označevalca joka. Ozadje karikature je v zeleni barvi, ki simbolizira raj in islam.

Zaradi majhnega števila znakov na denotativni ravni imata oba napisa še toliko večjo vlogo pri oblikovanju pomenov na konotativni ravni. Ponovno se dodatni pomeni ustvarjajo skupaj s družbenim in kulturnim kontekstom ter dogodki, ki smo jim bili priča pred dogodkom in po njem.

Slogan in logo »*Je suis Charlie*« ali v prevodu »*Jaz sem Charlie*« je delo Joachima Roncina, ki ga je na Twitterju objavil takoj po napadu na uredništvo. Nemudoma so ga za svojega vzeli

podporniki pravice do svobode govora in svobode tiska. Slogan naj bi pomenil solidarnost z žrtvami, tako kot so v preteklosti poskrbeli podobni slogani. Namreč slogani »Jaz sem« ali »Mi smo« izražajo empatijo, ogorčenje in grozo s prenosom sebe v identiteto žrtve. Slogan »Jaz sem Charlie« lahko klišejsko primerjamo s sloganom »Ich bin ein Berliner« ali v prevodu »Jaz sem Berlinčan«, melodramatičnim sloganom solidarnosti, ki ga je 26. junija 1963 v Zahodnem Berlinu ob 15. obletnici blokade Berlina izrazil John F. Kennedy.

Moški na naslovnici toči veliko solzo, s čimer je prikazan kot človek z velikim srcem, ki je prevzet z žalostjo zaradi nepotrebnega napada. S tem, ko drži plakat z napisom »Jaz sem Charlie«, kaže svojo solidarnost, ker je sočuten človek in se zna identificirati z žrtvami terorja.

Več kot 220 let je v ZDA 45 besed iz prvega amandmaja opredeljevalo temeljne svoboščine – svobodo vere, govora, tiska, zbiranja in peticije. Zdaj imam nekaj novih besed, ki bodo imele globalni pomen pri razglasitvi teh pravic #JeSuisCharlie.

Erik Bergesen, urednik norveške satirične spletne strani Opplysningskontoret, je napisal poglobljen komentar v Aftenposten, zatem ko je CH izdal zadnjo številko. Bergesen je rekel, da tudi to številko sestavlja večplastna satira, ki udarja v več smeri in morda žali tiste, ki so izrekli podporo časopisu. Naslovnica se sarkastično posmehuje cinizmu vseh tistih, ki do napada niso bili podporniki Charlieja Hebdoja in najverjetneje tudi, ko se vse poleže, ne bodo več, so pa vsi skočili na vagon »Jaz sem Charlie« in s tem dobili občutek, da delajo nekaj pozitivnega in spodbudnega za svobodo govora. Charlie se je v svojem tradicionalnem slogu lotil hipokrezije predvsem tistih politikov, ki so se v prvih vrstah shoda pretvarjali in točili solze v podporo časopisu, ki so ga do nedavnega obsojali. Lotil se je tistih politikov, ki so med prepevanjem hvalnic pravici do svobode govora držali figo v žepu, saj se v njihovi državi sistematično teptajo človekove pravice. Npr. v Angliji, na Švedskem, v Franciji ... ZDA, Izraelu, Savdski Arabiji in Franciji. Charlie jim odpušča.

Bralca že na začetku zbega naslov »*Tout est pardonne*« ali v prevodu »**Vse je oproščeno**«, saj je ravno nasprotno od tistega, kar bi nekdo pričakoval od Charlieja Hebdoja. Težko je reči časniku, da je provokativen, če se naslov sklicuje na velikodušnost, milost in odpuščanje.

Sporočilo, ki ga najdemo nad belim turbanom, je zapisano v trpniku oz. pasivu, ki ga po teoriji uporabljamo v primerih, ko osebe ne želimo imenovati ali kadar je ne poznamo. Z razlogom, da pustijo odprto polje interpretacije, katera stran oprošča komu, so avtorji zapisali sporočilo v trpniku. Tako se porodi vprašanje, koga sporočevalec naslavlja in komu je oproščeno. Odgovor ni enoznačen. Ali se to navezuje na napadalca, kar bi bilo malo nenavadno, saj si tega po grozovitem napadu ne bi zaslužila, hkrati pa nista na naslovnici nikjer omenjena? S prikazom preroka Mohameda kot enega glavnih simbolov islama se lahko napis navezuje tudi na muslimane na splošno. Ampak zakaj naj bi se jim oprostilo? Saj niso naredili ničesar takega. Z željo po odpuščanju doseže naslovnica ravno nasprotno, širi krivdo na ostale. Ali so to prerokove besede, in če so, ali prerok oprošča časniku za vse žalitve na karikaturah v preteklih letih? Ali pa morda besede o odpuščanju ponazarjajo mnenje časnika Charlie Hebdo, ki oprošča jokajočemu se in nedolžnemu Mohamedu, na katerega so se po nesrečnem spletu okoliščin sklicevali napadalci, ki so postrelili zaposlene pri časniku? Ali prerok oprošča vsem nam, vključno s teroristi? Ali pa je morda naslovnica izraz obojestranskega oproščanja, pri čemer jokajoči se prerok Mohamed s svojo žalostjo izraža solidarnost s časnikom, le-ta pa odgovarja, da oprošča vsem, tudi teroristom? Lahko pa časnik oprošča tistim, ki niso bili Charlie pred napadom.

Lahko se oprošča bralcu, ki gleda karikaturu preroka. Morda si vsi mi delimo odgovornost, morda pa tudi ne. Ampak nam je vsem oproščeno. Tudi teroristom. Ali se zavezujejo k verskemu pojmovanju odpuščanja in odrešitve? V tem primeru bi šlo za željo, pokazati zgled ter naučiti druge usmiljenja in odpuščanja. Šlo bi za prikaz zrelosti in željo po odmiku od maščevanja. Saj je odpuščanje – tudi tistim, ki se ne kesajo – zdravilo za lastne travme. Karikatura subtilno šepeta: »Pogovorimo se.« Besede, ki pomenijo razliko med razumom in fanatizmom. Ironično so bile to tudi zadnje besede filmskega umetnika Thea van Gogha, preden ga je ustrelil na Nizozemskem rojeni musliman. Čeprav je glavni urednik Gerard Biard zanikal morebitno odvezo teroristov od krivde, se je vseeno nekako izognil nedvoumnemu odgovoru.

Zagovorniki časnika Charlie Hebdo in svobode govora, kakor tudi uredniki so odločitev, da kljub neljubim dogodkom ponovno upodobi preroka Mohameda, zagovarjali, da bi vse ostalo pomenilo kapitulacijo. Če Charlie Hebdo ne bi nadaljeval na način, kot je zanj znano, bi pomenilo, da podlega cenzuri napadalcev in potrjuje, da svoboda govora lahko ponikne, ko je soočena z orožjem in bombami. »Če začneš tako, da se prvo vprašaš, ali imaš ali ne pravico,

prikazati Mohameda /.../ potem bo naslednje vprašanje, ali smeš narisati Muslimana. In potem bo naslednje, ali smeš narisati človeka. Na koncu bo tako, da ne boš smel narisati nikogar, in tako bo na koncu peščica skrajnežev, ki vznemirjajo po svetu in v Franciji, zmagala,« so besede, s katerimi je Charb, glavni urednik in eden med ubitimi, zagovarjal svobodo izražanja. (Charb, v Penketh 2015)

Karikaturo lahko beremo kot poskus ugrabitve Mohameda iz rok teroristov. Signal, da prerok in njegova učenja niso več last fundamentalistov, ampak vere, ki si jo deli velik del prebivalstva. Poleg tega pa pripadajo tudi vsem nam, ki jim ne sledimo. Če ubijete Charlieja, boste ubili tudi Mohameda. Če nima Charlie pravice do življenja, potem je nima niti Mohamed. Eden in drugi sta fikcija. Torej si lahko njegovi tako imenovani privrženci le predstavljajo, da bi on bil nezadovoljen s prikazovanjem, saj je tudi religija delo človeka.

Sporočilo karikature Mohameda ni zgolj v obsojanju napada in/ali v simpatiziranju z žrtvami, ampak ga lahko razumemo tudi skozi promoviranje pravice do svobode govora in s tem pravice do obsojanja znotraj političnega diskurza, brez strahu pred nasilnim maščevanjem. Naslovnica je vsekakor provokativna, saj so ravno upodobitve Mohameda – kar je za mnoge muslimane blasfemija – tiste, ki so že na začetku povzročile jezo islamističnih teroristov. Na ta način lahko sporočajo, da kljub roki sprave še vedno nasprotujejo vsem tistim, ki nasprotujejo svobodi izražanja ali jo ogrožajo.

Na objavo karikature je treba vsekakor pogledati tudi skozi prizmo verske svobode, ohranjanja dostojanstva in upoštevanja verskih čustev. V tem primeru lahko potrdimo, da so šli v uredništvu z objavo na videz mile in človekoljubne karikature predaleč. Ponovno objavo preroka Mohameda lahko razumemo kot namerno žaljenjenje muslimanov po svetu. S prikazovanjem, ko drži plakat z napisom »*Jaz sem Charlie*«, so le dodali sol na rano, saj tovrstno sporočilo izraža, da prerok podpira vrednote časnika, ki pa je v zadnjem času pogostokrat kritiziral muslimane pod pretvezo pravice do svobode govora. Morda še lahko razumemo uporabo tovrstnega simbolizma s strani časnika – ampak zakaj so si to želeli? Namreč čas po napadu je bil idealen za to, da naredijo korak naprej, da izolirajo ekstremiste in zedinijo francoski narod, med katerimi je veliko priseljencev iz muslimanskih držav, ne pa da oglašujejo svoje pravice tako, da pohodijo občutljivost drugih.

Po napadu so milijoni ljudi preplavili pariške ulice v shodu pod sloganom »*Jaz sem Charlie*«, kar lahko razumemo kot konformistično kljubovanje terorističnim grožnjam. Vsak satirični

časopis bi moral kljubovati množici. Ogorčenje bi moral izzivati s svojimi humornimi in izvirnimi ugrizi, ne pa da prikrito žali eno od najbolj spoštovanih osebnosti islama, medtem ko dejansko kaže, da prerok morda sploh ni tako slab »fant«. Polovična blasfemija ne obstaja. Zato so se muslimani z žalostjo in jezo predvidljivo odzvali na objavo karikature.

Eleganca naslovnice – s prepletanjem bele in zelene barve, ki simbolizirata raj in islam, napisi zgoraj in spodaj, skoraj otroško naivnostjo karikature v kontrastu z grozovitim dogodkom – izraža plemenitost. Ta naslovnica je najbolj dostojanstvena, najbolj bridka, da ne rečem najbolj junaška od vseh do zdaj. Naslovnica zaradi svoje čistosti in melanholije predstavlja izziv za tiste, ki so v zadnjem času, po napadih na uredništvo, želeli preusmeriti pozornost na časnikovo domnevno islamofobično držo.

Mislim, da sta sporočili dve. Prvo, da časopis oprošča islamu za dejanje, ki so ga storili teroristi. In drugo, da naj civilizirana družba naredi korak naprej. Francija in ostala Evropa morata najti način, kako integrirati hitro rastočo muslimansko skupnost na starem kontinentu, kajti ne bodo šli nikamor drugam. Naslovnica se mi zdi kot poziv k razumu in civiliziranosti pred jezo in maščevanjem. Lekcija, ki je usmerjena tako muslimanom kakor tudi Francozom.

Vsi vpleteni pri nastajanju naslovnice so imeli ob njej dober občutek. Bila je večja in plemenitejša kot kar koli, kar bi lahko izrazili z besedami. Naslovnica te pripelje do solz, kakor tudi do smeha. Takšno moč ima karikatura s svojo sintezo slike in besedila.



## 7 ZAKLJUČEK

V diplomskem delu sem želel raziskati področje meja svobode govora in tiska v odnosu do svobode vere in spoštovanja dostojanstva znotraj polja satirične karikature. V teoretičnem delu sem v prvem poglavju predstavil svobodo govora in svobodo tiska v povezavi s z versko svobodo in sprejemanjem drugačnosti. Na ta način sem pridobil znanje o pravnem okviru, znotraj katerega se lahko giba karikatura kot vizualno besedilo. Svoboda govora ni absolutna pravica, ampak je omejena z ostalimi pravicami in svoboščinami. Univerzalne definicije, kje je razmejitev med svobodo govora in versko svobodo, ni, tako da se po navadi presoja pri vsakem posameznem primeru, predvsem z vidika, ali objava vizualnega besedila nosi sporočilo, pomembno za javnost. Druga težava je, da na svobodo govora in njene omejitve ne gledajo enako v vseh kulturah. V kulturah, kjer je pravni red podvržen verskemu pravu, je toleranca do objav z versko vsebino veliko nižja.

V nadaljevanju sem obdelal humor in znotraj njega satirično karikaturu ter semiotiko. Pomembna ugotovitev je, da so delovanje, učinkovitost in uspešnost karikature odvisni od pogojev v okolju, kjer nastane oz. na katerega se naslavlja, kar je dejansko nadaljevanje ugotovitev iz poglavja o svobodi govora. Ko je njena funkcija odpiranje javnih razprav in igranje javnega mnenja o temah, ki so uperjene proti oblasti ali institucijam moči, jo označimo za satirično karikaturu. Tovrstne oblike satire hodijo po tanki liniji med dopustnim in nedopustnim. Njena skopa, najpogosteje enolinijska forma skupaj ali brez besedila lahko nosi močno, večplastno sporočilo. Z interpretacijo znakov in njihovih pomenov se ukvarja semiotika. V poglavju o semiotiki sem raziskal, kako nastajajo pomeni in od česa je njihov nastanek odvisen. Tako sem ugotovil, da znaki v večini primerov nosijo poleg denotativnega, dobesednega tudi konotativni ali preneseni pomen. Pomeni se ustvarjajo s sodelovanjem med podobo in besedilom, katerega naloga je sidranje ali prenašanje pomena. Za pravilno razumevanje besedila ni pomembna zgolj ustrezna struktura, ampak tudi družbeni in kulturni kontekst, predvsem pa bralec. Nevarnost karikature leži v njeni moči, da jo bralec interpretira napačno, površno oz. vidi zgolj nekatera sporočila ali si na osnovi nekaterih znakov, ki jih karikatura komunicira, ustvari napačne predstave o posamezniku ali skupini. Zato je pomembno, da ima avtor karikature v mislih, koga besedilo »zasmehuje« in kdo so njegovi bralci.

V zadnjem delu diplomskega dela, kjer sem analiziral tri karikature z naslovnice časopisa Charlie Hebdo, sem pri svojem delu uporabil vse znanje, ki sem ga pridobil s pripravo teoretičnega dela. Pri pripravi vsebine diplomskega dela in poznejši analizi karikatur sem vseskozi imel v mislih izhodišča, ki sem si jih zadal ob začetku – da satirična karikatura vedno hodi po tanki liniji med upoštevanjem posameznikovega dostojanstva in svobode prepričanja na eni ter branjenjem svobode govora in tiska na drugi strani. Značilnost vseh karikatur časnika Charlie Hebdo je, da se na denotativni ravni ni dalo dobro razbrati sporočil, ki so jih želeli podati avtorji. Razlog tiči v značilnosti karikatur, ki so preprosta enolinijska forma in zato ponujajo malo število znakov, tako da brez podpornega besedila ter poznavanja družbenega in kulturnega konteksta bralec ne more odkriti pravega pomena.

Ker svoboda govora ni absolutna pravica in se konča tam, kjer se svoboda drugega začne, je treba na karikature Charlieja Hebdoja in na satirične karikature na splošno gledati tudi iz različnih zornih kotov. Če pogledamo na karikature s perspektive tistega, ki mu je karikatura namenjena, so šli v uredništvu prav gotovo predaleč. Kljub dobro znanemu dejstvu, kaj pomeni za islam lik Mohameda in da ga je prepovedano upodabljati, so ga vseeno prikazali. Ne enkrat, ampak mnogokrat. Muslimanom so tako sporočili, da imamo v Evropi takšno družbeno ureditev, na osnovi katere je lahko vsakdo osmešen in kritiziran, tudi sveti, religijski simboli. Če si v Evropi, moraš zato sprejeti dejstvo, da je drugim dovoljeno neupoštevanje tvojih verskih čustev ali spoštovanje tvojega boga. Mohameda so vedno upodobili kot tradicionalnega Arabca, čeprav nihče ne pozna njegovega dejanskega videza. Z omenjeno upodobitvijo so gradili stereotipno, morda celo kulturno rasistično podobo običajnega Arabca in na ta način tudi muslimana na splošno. S tem, ko prikažejo Mohameda npr. z bombo na glavi, reprodukcijo protiislamistični diskurz kot agresivne religije. Pri objavah karikatur niso upoštevali niti občutljivosti teme niti zgodovinskega in kulturnega ozadja. Niso upoštevali posledic, ki jih je v kolektivnem spominu pustilo dolgoletno obdobje kolonializma. Niso upoštevali, da se muslimani v zdajšnjem času počutijo napadene, ponižane in nemočne, saj potekajo napadi na muslimane po vsem svetu, Zahod pa se nanje ne odziva. Niso upoštevali situacije priseljencev znotraj države, kjer jih država in domačini obravnavajo kot drugorazredne državljane. Torej če povzamem, zgražanje in neodobravanje nad objavljenimi karikaturami je bilo ob upoštevanju zgornjih dejstev razumljivo.

Ker je Charlie Hebdo časnik z dolgoletno tradicijo satire, kaj drugega kot pikrih večpomenskih karikatur tudi nismo pričakovali. Predvsem zadnja karikatura pokaže, kako

lahko s pravilno formulacijo besedila in podobe ustvarimo večpomenskost in tako množico različnih interpretacij. Kar pa je lahko dvorezen meč, saj se pri zadnji karikaturi ni dalo razbrati, komu je namenjena. Pri časniku se vseskozi sklicujejo na načela, na katerih temelji demokratična Evropa in ostali zahodni svet: spoštovanje demokracije, upoštevanje svobode tiska in svobode govora. Zagovarjajo, da je kakovostna satira nujno potrebna za razpravo in nastavljanje zrcala družbi. Vse tri karikature so obravnavale pomembne teme. Npr. pri karikaturi »*Teško je, če te ljubijo kreteni*« je sporočilo v distanciranju muslimanov od teroristov, ki naj bi branili boga in vero v njihovem imenu. S tem so želeli vplivati na zahodno javnost, naj ne enači muslimanov s teroristi. Karikature so pokazale, da se pri časniku kljub vsem pretresom še vedno držijo svoje ideje. S svojim življenjem branijo svobodo govora in (pravico) do zasmehovanja. Vsakršna druga pot bi pomenila primer, kako se bojevati proti svobodi govora, in nevarnost, da bi se njeno polje vedno bolj krčilo v prid različnim interesnim skupinam. Tako bi na koncu ostalo, kakor pravi Lovro v pesmi na začetku diplomskega dela: »Toto, karikaturist, pa bo risal prazen list.«

## 8 LITERATURA

1. Association Of Islamic Charitable Projects. *The types of blasphemy and blasphemers*, Dostopno prek: <http://www.aicp.ca/islamic-lessons/english/youth/the-islamic-education-series-book-5/chapter-of-belief/lesson-13-the-types-of-blasphemy-and-blasphemers/> (7. junij 2016)
2. Barendt, Eric. 2007. *Freedom of speech, second edition*. Oxford University Press.
3. Barthes, Roland. 1971/1979. *Književnost, mitologija, semiologija*. Beograd: Nolit.
4. ---. 1977. *Image, Music, Text*. Fontana Press. Dostopno prek: <https://dl.dropboxusercontent.com/u/49223889/barthes%20image%20music%20text.pdf> (10. julij 2016)
5. ---. 1990. *Retorika starih, elementi semiologije*. Ljubljana: Studia humanitatis.
6. BBC news. 2011. *Satirical French magazine names 'Muhammad' as editor*. Dostopno prek: <http://www.bbc.com/news/world-europe-15536684> (5. marec 2016)
7. Berger, Arthur Asa. 1982. *Media analysis technique*. Beverly Hills, London, New Delhi: Sage publications.
8. ---. 1997. *Narratives in popular culture, media, and everyday life*. Thousand Oaks. London, New Delhi: Sage.
9. ---. 1998. *Seeing is believing: An introduction to visual communication*. Mountain View (California), London, Toronto: Mayfield, cop.
10. Bignell, Jonathan. 1997. *Media Semiotics. An Introduction*. Manchester, New York: Manchester University Press.

11. Bruchen, Philippe in Isabelle, Hanne. 2015. *La une à laquelle vous n'avez pas échappé*. *Liberation*. Dostopno prek: [http://www.liberation.fr/ecrans/2015/01/13/la-une-a-laquelle-vous-n-avez-pas-echappe\\_1180080](http://www.liberation.fr/ecrans/2015/01/13/la-une-a-laquelle-vous-n-avez-pas-echappe_1180080) (5. avgust 2016)
12. Chandler, Daniel. 1995. *Semiotics for beginners*. Dostopno prek: <http://visual-memory.co.uk/daniel/Documents/S4B/> (6. maj 2016).
13. ---. 2002/2003. *Semiotics: the Basics* . London, New York: Routledge. Dostopno prek: <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/semiotic.html> (5. maj 2016).
14. ---. 2004. *Semiotics: the basics* . London, New York: Routledge.
15. Chiaro, Delia. 1992. *The Language of Jokes: Analysing Verbal Play*. London: Routledge.
16. Cobley, Paul. 2010. *The Routledge companion to semiotics* . London, New York: Routledge.
17. Cornell University Law School. *U.S. Constitution: First Amendment*. Dostopno prek: [https://www.law.cornell.edu/constitution/first\\_amendment](https://www.law.cornell.edu/constitution/first_amendment) (10. marec 2016)
18. Coupe, W. A. 1969. Observations on a Theory of Political Caricature. *Comperative Studies in Society and History* 11 (1): 79–95).
19. Crow, David. 2003. *Visible signs: An introduction to semiotics*. Lausanne: AVA.
20. Culler, Berger. 2004. *Visual semiotics and the production of meaning in advertising*. Dostopno prek: <http://spot.colorado.edu/~moriarts/vissemiotics.html> (5. avgust 2004).
21. Cram, Ian. 2006. *Wounding Words: The Constitutional Challenge Posed by Hate Speech in Modern Liberal Democracies*. Ashgate Publishing Burlington: Company.

22. Čeferin, Rok. 2015a. Upodabljanje Mohameda žali verska čustva. *Dnevnik*, 15. januar. Dostopno prek: <https://www.dnevnik.si/1042703349> (18. februar 2016).
23. ---, 2015b. Nepotrebne žalitve pripadnikov drugih kultur. *Dnevnik*, 31. januar. Dostopno prek: <https://www.dnevnik.si/1042705074> (18. februar 2016).
24. Črnič, Aleš. 2015. Oprostite, jaz sem Ahmed. *Dnevnik*, 24. januar. Dostopno prek: <https://www.dnevnik.si/1042704342> (18. februar 2016).
25. Dondis, Donis A. 1974. *A Primer of visual literacy*. London: MIT.
26. Dragoš Srečo, 2005. Multikulturalizem - rešitev ali problem? V *MI in oni : nestrpnost na Slovenskem*, ur. Vesna Leskošek, 41–80. Ljubljana : Mirovni inštitut.
27. Dyer, Gillian. 1982/1996. *Advertising as Communication*. London: Routledge.
28. Eastman, Max. 2009. *Enjoyment of Laughter*. New Brunswick, New Jersey: Transaction Publishers.
29. Evropsko sodišče za človekove pravice. 2010. *Evropska konvencija o varstvu človekovih pravic 1. junij 2010*. Dostopno prek: [http://www.dp-rs.si/fileadmin/dp.gov.si/pageuploads/RAZNO/EKCP\\_SLV.pdf](http://www.dp-rs.si/fileadmin/dp.gov.si/pageuploads/RAZNO/EKCP_SLV.pdf) (7. julij 2016).
30. Fiske, John. 2005. *Uvod v komunikacijske študije*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede, Knjižna zbirka Maklen.
31. Forceville, Charles. 2002. *Pictorial metaphor in advertising*. London, New York: Routledge.
32. Fo, Dario. 1997. *Morte accidentale di un anarchico*. Manchester, New York: Manchester University Press.

33. Freud, Sigmund. 1905/1960. *Jokes and their relation to the unconscious*. New York: W. W. Norton.
34. Globočnik, Damir. 2012. *Likovna satira: Poglavlja o karikaturi v slovenskih satiričnih listih*. Pogum Revije SRP. Dostopno prek: [http://www.revijasrp.si/knrevsrp/pogum2012-1/likov\\_38.htm](http://www.revijasrp.si/knrevsrp/pogum2012-1/likov_38.htm) (10. julij 2016).
35. Goldman, Robert. 1992. *Reading ads socially*. London, New York: Routledge.
36. Hladnik – Milharčič, Ervin. 2016. Joey Skaggs, ameriški umetnik: Kako lahko iz klovna narediš satiro? Kakšna satira lahko upodobi politični cirkus? V *Dnevnik*, 14. maj. Dostopno prek: <https://www.dnevnik.si/1042735638> (2. maj 2016).
37. Hrastar A. Mateja. 2015. *Satira v muslimanskih državah*, 14.januar. Dostopno prek: <http://siol.net/novice/svet/satira-v-muslimanskih-drzavah-196240> (2. maj 2016).
38. Gombrich, Ernst 1960. *Art and illusion: A study in the psychology of pictorial representation*. London: Phaidon Press.
39. Hall, Stuart. 1996. The work of representation. V *Representation: cultural Representations and Signifying Practices*, ur. Stuart Hall, 34–96. Newbury Park, CA: Sage Publ.
40. ---. 2004. Delo reprezentacije. V *Medijska kultura: kako brati medijske tekste*, ur. Breda Luthar, Vida Zei in Hanno Hardt, 33–98. Ljubljana: Študentska založba.
41. ---. 2003. *Representation: cultural representations and signifying practice*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage, Milton Keynes: The Open University.
42. Hardt, Hanno. 2002. Vizualna kultura v kulturnih študijah. V *Cooltura: Uvod v kulturne študije*, ur. Aleš Debeljak, Peter Stankovič, Gregor Tomc in Mitja Velikonja, 315–327. Ljubljana: Študentska založba.

43. Hartley, John. 2004. *Communication, Cultural and media studies. The key Concepts*. London, New York: Routledge, Taylor & Francis e-Library.
44. Mill, Stuart John. 1994. *O svobodi*. Ljubljana: Krt.
45. ---. 2003. *Utilitarizem in O svobodi*. Ljubljana: Krtina
46. Johnson - Woods Toni, 2007, *Blame Canada!: South Park and popular culture*. New York; London: Continuum
47. Kaplan, Stuart. 2005. Visual Metaphors in Print Advertising for Fashion Products. V *Handbook of visual communication. Theory, methods, and media*, ur. Ken Smith, Sandra Moriarty, Gretchen Barbatsis, Keith Kenney, 167–177. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers.
48. Kardoudi, Omar. 2015. *How Charlie Hebdo Created The Cover That Made Them A Terrorist Target*. Dostopno prek: <http://www.gizmodo.com.au/2015/01/how-charlie-hebdo-created-the-cover-that-made-them-a-terrorist-target/> (6. avgust 2016).
49. Kranjc Ivič, Mira. 2011. Uvod v analiziranje šaljivega v pogovarjanjih. *Obdobja* (30) 265–270. Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete.
50. Kris, Ernst. 1970. *Psihoanalitička istraživanja u umetnosti*. Beograd: Kultura.
51. Krivic, Matevž. 2000. Sporna terminološka vprašanja – naš »popravek« je v tujini odgovor. V *Svoboda tiska in pravice posameznika : pravica do popravka in pravica so odgovora v slovenski zakonodaji*, ur. Matevž Krivic, Simona Zatler, 10–15 Ljubljana : Open Society Institute.
52. Lacey, Nick. 2002. *Image and representation: key concepts in media studies*. Basingstoke. New York: Palgrave.



53. Lah, Peter. 2015. Svoboda govora ali kdo je profesionalni novinar. V *Siol.net*, 14. januar. Dostopno prek: <http://siol.net/siol-plus/kolumne/svoboda-govora-ali-kdo-je-profesionalni-novinar-324815> (5. julij 2016)
54. Lakoff, George in Mark Johnson. 2003. *Metaphors we live by*. Chicago, London: University of Chicago Press.
55. Leskošek, Vesna. 2005. Sovražni govor kot dejanje nasilja. V *MI in oni : nestrpnost na Slovenskem*, ur. Vesna Leskošek, 81–96. Ljubljana : Mirovni inštitut.
56. Lester, Paul Martin. 2000. *Visual communication: images with messages*. Cengage learning.
57. Levi Strauss, Claude. 1972. *Das ende des Totemismus*. Frankfurt: Suhrkamp.
58. ---. 2004. *Divja misel*. Ljubljana: Krtina.
59. Lucas, Kelsey. 2015. The Charlie Hebdo Covers the Terrorists Didn't Want You to See. *The Daly Signal*, 7. januar. Dostopno prek: <http://dailysignal.com/2015/01/07/charlie-hebdo-covers-terrorists-didnt-want-see/> (5. avgust 2016).
60. Lucie-Smith, Edward. 2001. Karikatura: čarobno zrcalo. V *Aritas -3. Slovenski trienale satire in humorja*, ur. Stane Jagodič in Marjan Kunej, 12. Ljubljana: Hren Grafika.
61. Matič, Lovro. 2015. Jaz nisem Charli: *Mladina* (3), 16. januar. Dostopno prek: <http://www.mladina.si/163543/mladinamit-st-989/> (18. februar 2016).
62. McCabe, Hugh. 2009. *The Rhetoric Of The Image – Roland Barthes (1964)*. Dostopno preko: <https://tracesofthereal.com/2009/12/21/the-rhetoric-of-the-image-roland-barthes-1977/> (7. julij).

63. Milosavljević, Marko. 2012. Regulacija in percepcija sovražnega govora: Analiza dokumentov in odnosa urednikov spletnih portalov. *Teorija in praksa* 49 (1): 112–130.
64. Meh, Nina. 2011. Sporočilo pop kulture: Hierarhije so naravno dejstvo dualizem telesa in duha ter narave in kulture kot jedro dualističnega diskurza. *Anthropos* 3-4 (223-224): 251–265.
65. Meredith, Susan. 1996. *Šolska enciklopedija: Svetovna verstva*. Ljubljana: Tehniška založba Slovenije
66. Mirjana Ule. 2005. Predsodki kot mikroideologije vsakdanjega sveta. V *MI in oni : nestrpnost na Slovenskem*, ur. Vesna Leskošek, 21–40. Ljubljana : Mirovni inštitut.
67. Moriarty, Sandra. 2005. Visual Semiotics Theory. V *Handbook of visual communication. Theory, methods, and media*, ur. Ken Smith, Sandra Moriarty, Gretchen Barbatsis in Keith Kenney, 227–243. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers.
68. Neale, Stephen. 2000. *Genre and Hollywood*. London, New York: Routledge.
69. Newton, Julianne H. 2001. *The Burden of Visual Truth. The Role of Photojournalism in Mediating Reality*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers.
70. Nöth, Winfried. 2000. *Handbook of semiotics*. Bloomington, Indianapolis: Indiana University Press.
71. Peirce, Charles Sanders. 2004. *Izbrani spisi o teoriji znaka in pomenu ter pragmaticizmu*. Ljubljana: Krtina.
72. Penketh, Anne. 2015. Stéphane Charbonnier: Cartoonist and editor of Charlie Hebdo whose encapsulated the magazine's confrontational brand of satire. V *Independent*, 9. januar. Dostopno prek: <http://www.independent.co.uk/news/people/stephane-charbonnier-editor-of-charlie-hebdo-who-encapsulated-the-magazines->

confrontational-and-9966358.html (4. avgust 2016)

73. Pew Research Center. 2012. *Laws Penalizing Blasphemy, Apostasy and Defamation of Religion are Widespread*. Dostopno prek: <http://www.pewforum.org/2012/11/21/laws-penalizing-blasphemy-apostasy-and-defamation-of-religion-are-widespread/> (7. junij 2016).
74. Picone, Kiri. 2015. *10 Controversial Charlie Hebdo Covers Translated*. Dostopno preko: <http://all-that-is-interesting.com/controversial-charlie-hebdo-covers/2> (8. avgust 2016).
75. Pičman Štefančič Polona in Teršek Andraž. 2005. *Preludij demokracije: civilna družba in svoboda javnega komuniciranja*. Ljubljana: Pravna fakulteta.
76. Platon. 2009. *Zbrana dela*. Ljubljana: KUD Logos.
77. Prodan, Eva. 2010. *Diplomsko delo: Politična karikatura na Slovenskem*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
78. Rhodes, Gillian. 1997. *Essays in Cognitive Psychology: Superportraits - Caricatures and Recognition*. East Sussex: Psychology Press
79. Rommelspacher, Birgit. 2003. Socialno delo in človekove pravice. *Socialno delo* 42 (4–5): 205–208.
80. Rovšek, Jernej. 2004. *Nihalo se je od svobode izražanja obrnilo v prid varstvu zasebnosti*. Dostopno prek: <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/20/medjavno/> (10. maj 2016).
81. Schopenhauer, A. 2008. *Svet kot volja in predstava*. Ljubljana: Slovenska matica.
82. Slovar slovenskega knjižnega jezika. 2000. Ljubljana: Državna založba Slovenije.

83. Sonesson, Göran 2004. *Semiotics of Photography – On tracing the index*. Dostopno prek: <http://arthist.lu.se/kultsem/pdf/rapport4.pdf> (7. junij 2016).
84. Splichal, Slavko. 2002. *Principles of Publicity and Press Freedom*. Lanham: Rowman & Littlefield.
85. Stankovič, Peter. 2002. Kulturne študije: pregled zgodovine, teorij in metod. V *Cooltura: Uvod v kulturne študije*, ur. Aleš Debeljak, Peter Stankovič, Gregor Tomc in Mitja Velikonja, 11–70. Ljubljana: Študentska založba.
86. Sturges, Paul. 2015. Limits to freedom of expression? The problem of blasphemy. *International Federation of Library Associations and Institutions* 41(2): 112–119.
87. Sturken, Marita in Lisa Cartwright. 2001. *Practices of looking. An introduction to visual culture*. Oxford, New York: Oxford University Press.
88. Surgi Speck, Paul. 1987. *On humor and humor in advertising. Dissertation in business administration*. Združene države Amerike: Faculty of Texas Tech University.
89. Škerlep, Andrej. 1996. Semiotika oglaševanja: anatomija pomena oglaševalskih sporočil. V *Slovenska država, družba in javnost*, ur. Anton Kramberger, 267–277. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
90. Štefančič jr., Marcel. 2015. Vojna proti terorju 2.0. *Mladina*, (4), 23. januar. Dostopno prek: <http://www.mladina.si/163719/vojna-proti-terorju-2-0/> (18. februar 2016).
91. Šturm, Lovro. 2004. Laična država in verska svoboda. V *Sveto in svetno*, ur. Lovro Šturm, Simona Drenik in Urška Prepeluh, 9–16. Celje: Mohorjeva Družba.

92. Teršek, Andraž. 2007. *Svoboda izražanja v sodni praksi Evrop. sodišča za človek.pravice in slo. ustavnosodni praksi*; Lj, Info.dokument.center Sveta Evrope pri NUK, 2007.
93. Teržan, Vesna. 1994. O karikaturi. *Format: revija za vprašanja grafičnega in industrijskega oblikovanja* 2 (7, 8, 9): 92–93.
94. Trampuš, Jure. 2013. O svobodi. *Mladina* (34), 23. avgust. Dostopno prek: <http://www.mladina.si/147540/o-svobodi/> (18. februar 2016).
95. Tsakona, Villy. 2009. Language and image interaction in cartoons: Towards a multimodal theory of humor. *Journal of Pragmatics* 41: 1171–1188
96. Ule, Mirjana in Miro Kline. 1996. *Psihologija tržnega komuniciranja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
97. Ustavno sodišče RS. 2005. *Odločanja o ustavni pritožbi A. A. Up-422/02-18*, 10. maj. Dostopno preko: <http://odlocitve.us-rs.si/sl/odlocitev/US24461> (7. junij 2016)
98. Uradni list RS, št. 14/2007. 2007. *U K A Z o razglasitvi Zakona o verski svobodi z dne 16. junij*. Dostopno preko: <https://www.uradni-list.si/1/content?id=78332> (7. junij 2016).
99. *Splošna deklaracija človekovih pravic*. Dostopno preko: <http://www.varuh-rs.si/pravni-okvir-in-pristojnosti/mednarodni-pravni-akti-s-podrocja-clovekovih-pravic/organizacija-zdruzenih-narodov/splosna-deklaracija-clovekovih-pravic/> (7. junij 2016)
100. Varuh človekovih pravic. 2006. *Definicija sovražnega govora in njegovo omejevanje v ustavi, zakonih in konvencijah*. 7.marec Dostopno preko: <http://www.varuh-rs.si/medijsko-sredisce/sporocila-za-javnosti/novice/detajl/definicija-sovraznega-govora-in-njegovo-omejevanje-v-ustavi-zakonih-in-konvencijah/?cHash=6221528166> (7. marec 2006)

101. Vezjak, Boris. 2000. *Satira in njena vsečnost: Kaj mislite o satiri?*. Dostopno preko: <http://vezjak.com/2015/01/11/satira-in-njena-vsecnost/> (18. februar 2016).
102. Voorhoof, Dirk. 1998. The media in a democratic society: article 10 of the European convention on human rights. V *Media and democracy*, 35–57. Straatsburg: Council of Europe Publ.
103. Vreg, France. 2000. *Politično komuniciranje in prepričevanje: komunikacijska strategija, diskurzi, prepričevalni modeli, propaganda, politični marketing, volilna kampanja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
104. Vuksanovič, Igor. 2015. Ponovno o Charlie Hebdoju. V *Dnevnik*, 7. februar. Dostopno prek: <https://www.dnevnik.si/1042705841> (18. februar 2016).
105. Wikipedia. 2015. *Deklaracija o pravicah človeka in državljana*, 15. junij. Dostopno preko: [https://sl.wikipedia.org/wiki/Deklaracija\\_o\\_pravicah\\_človeka\\_in\\_državljana](https://sl.wikipedia.org/wiki/Deklaracija_o_pravicah_človeka_in_državljana) (4. avgust 2016).
106. Williams, E. N. 1960. *The Eighteenth-Century Constitution*. 1688–1815. Cambridge University Press.