

**UNIVERZITA PALACKÉHO V OLMOUCI**  
**FILOZOFICKÁ FAKULTA**  
**KATEDRA MUZIKOLOGIE**

**Analýza časopisu pro mládež Bravo v letech 1992 a 1999 se zaměřením  
na hudební obsah**

Analysis of Bravo youth magazine in 1992 and 1999 with a focus on music  
content

**Bakalářská práce**

Autor: Michaela Tomšů

Vedoucí práce: Mgr. Jan Blüml, Ph.D.

Studijní program: Uměnovědná studia

Olomouc 2023

Prohlašuji, že tuto bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně, výhradně za použití v práci uvedených zdrojů a literatury. Dále prohlašuji, že tato bakalářská práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

V Olomouci dne

.....

### **Poděkování**

Ráda bych poděkovala vedoucímu mé práce Mgr. Janu Blümlovi, Ph.D. za vstřícnou pomoc, odborné rady a cenné připomínky při vedení mé diplomové práce.

# OBSAH

1. ÚVOD .....	5
2. DEFINICE KLÍČOVÝCH POJMŮ .....	7
3. HUDEBNÍ PRODUKCE DEVADESÁTÝCH LET .....	9
4. HISTORIE ČASOPISU BRAVO .....	11
4.1 ROČNÍK 1991 A JEHO OBSAH .....	14
4.1.1 HUDEBNÍ KONTEXT ROČNÍKU 1991 .....	17
4.1.2 RESUMÉ ROČNÍKU 1991 .....	21
5. ROČNÍK 1992 A JEHO OBSAH .....	22
5.1 HUDEBNÍ KONTEXT ROČNÍKU 1992 .....	24
5.2 RESUMÉ ROČNÍKU 1992 .....	26
6. ROČNÍK 1999 A JEHO OBSAH .....	27
6.1 HUDEBNÍ KONTEXT ROČNÍKU 1999 .....	29
6.2 RESUMÉ ROČNÍKU 1999 .....	32
7. DOTAZNÍK .....	33
7.1 DESKRIPTOR STRUKTURY DOTAZNÍKU .....	33
7.2 SHRnutí VÝSLEDKŮ PRŮZKUMU .....	38
8. ZÁVĚR .....	39
9. RESUMÉ .....	42
10. SOUPIS PRAMENŮ A LITERATURY .....	45
11. PŘÍLOHY .....	48



# 1. ÚVOD

V předkládané bakalářské práci s názvem *Analýza časopisu pro mládež Bravo v letech 1992 a 1999 se zaměřením na hudební obsah*, se budu zabývat analýzou vybraných ročníků časopisu *Bravo* z devadesátých let dvacátého století. Toto periodikum vycházelo do roku 1959 s podtitulem „časopis pro film a televizi“.

Předmětem této bakalářské práce bude analýza vybraných ročníků tohoto časopisu, které vycházely na našem území. Konkrétně se jedná o ročníky 1992 a 1999. Tento vzorek byl vybrán z toho důvodu, že právě na těchto ročnících lze nejlépe demonstrovat změny a progres, který při adaptaci časopisu na československé prostředí nastal. Důležité je zmínit, že budou analyzována všechna čísla vybraných ročníků. Nicméně výsledky budou reprezentovány jako celek, nikoli číslo po čísle.

Pro vypracování této bakalářské práce byla zvolena analyticko-komparativní metoda. Analytická část metody bude primárně využita při analýze a deskripci jednotlivých specifík vybraných ročníků. Komparativní metoda bude využita v druhé části práce, kde se primárně zaměřím na komparaci vybraného vzorku časopisu *Bravo* (ročník 1992 a 1999).

Bakalářská práce je rozdělena do dvou částí. První z nich, analytická část, se bude zabývat definicí a deskripcí klíčových pojmů (jako je mládež, časopis, populární hudba, populární kultura). Další kapitola této části bude věnovaná hudební produkci devadesátých let. Rovněž tato část bude sondou do historie časopisu *Bravo*. V rámci historie se zaměřím na samotný nástup periodika na československé území, stručné uvedení politicko-kulturního kontextu a dále také jeho vliv na vydávání periodik. Část této kapitoly bude věnována historicky prvnímu ročníku československé mutace periodika, která se objevila na československém trhu v roce 1991. Cílem analytické části práce je zmapování nástupu časopisu *Bravo* na tuzemské území a následný rozbor ročníku z roku 1991. Druhá – komparativní část bude zaměřena na detailní deskripci ročníků 1992 a 1999. Analýza se bude primárně týkat základních informací, obsahové stránky a vizuální podoby periodika. Zaměřím se také na otázku týkající se poměrů jednotlivých obsahů, což obnáší informace o tom, kolik prostoru bylo věnováno tématům týkajících se mezilidských vztahů, módních trendů a kinematografie. Důležitým aspektem v tomto pozorování bude fakt, jakou roli v tomto spektru hrál poměr populární hudby vůči jiným popkulturním formám. Zda byla populární hudba primárním nebo naopak sekundárním obsahem. Cílem komparativní části je popis, registrace a demonstrace změn, ke kterým v průběhu let docházelo. Tedy do jaké míry došlo ke změnám týkající se agendy (redakce), obsahu a do jaké míry se měnilo samotné postavení populární hudby.

Dalším zkoumaným aspektem bude ten, zda se jednalo o hudbu aktuální či neaktuální. Následně se budu zabývat otázkou, zda v periodiku převažovala tuzemská či naopak zahraniční produkce. Hudební informace, které se vyskytují v periodiku budou rovněž vystaveny podrobné analýze (tzn. rubriky, zda byly informace seriózního či bulvárního charakteru a jaké hudební žánry byly převážně rozebírány).

Nasbíraná data budou zpracována a procentuálně vyčíslena za pomoci grafů. Je nutno ale podotknout, že zmíněné výsledky budou pouze orientačního charakteru, a to hned z několika důvodů. Prvním důvodem je fakt, že ne vždy půjde s přesností určit do jakého konkrétního hudebního žánru interpret zapadá, neboť v rámci zkoumaného vzorku se budou často objevovat interpreti, jejichž tvorbu bychom mohli označit jako žánrový synkretismus (například švédskou skupinu Roxette řadíme, jak do žánru popu, tak i zároveň do žánru rocku). V této rovině budeme vycházet pouze ze seriózně zaměřených hudebních zpráv. Druhým důvodem, proč nemohou být výsledky grafů explicitně exaktní je fakt, že budou komparovány seriózní a bulvární rubriky, tedy informace různého charakteru. Často se totiž objevují hudební rubriky, které jsou zaměřeny na jednoho hudebního interpreta či hudební skupinu a informace obsažené v rubrice jsou syntézou jak bulvárních, tak i seriózních informací. Výsledky jednotlivých grafů poslouží spíše jako orientační (záchytný) přehled toho, jaké informace převládaly a jaké byly upozaděny. V závěrečné části práce bude představen mnou vytvořený dotazník, který zahrnuje celkově osmdesát respondentů různého pohlaví a věkových kategorií. Hlavní otázky dotazníku se budou týkat vztahu a povědomí respondentů o tomto periodiku. Výsledky praktického výzkumu poslouží k celkové analýze a naplnění cíle bakalářské práce.

Cílem mé bakalářské práce je získat potřebné informace týkající se toho, kolik prostoru bylo věnováno hudebnímu zpravodajství, zda redakce časopisu reagovala na tehdejší hudební trendy a hudba jakého původu byla převážně prezentována (zahraniční či československou). Dále pak zda rubriky byly spíše seriózního či bulvárního charakteru. Z dotazníku bude vytěžen rovněž důvod, proč bylo toto periodikum u dotazovaných respondentů oblíbené. Zda jejich zájem o periodikum byl motivován hudebním zpravodajstvím či rubrikám zaměřujícím se na jiné popkulturní formy.

## 2. DEFINICE KLÍČOVÝCH POJMŮ

Jak již bylo výše zmíněno, tato část mé bakalářské práce bude zaměřena na základní pojmy, jejich definici, deskripci a následnou charakteristiku. Vymezení těchto pojmů poslouží k celkovému dokreslení prováděné analýzy. První pojem, který je zapotřebí podrobně vysvětlit je pojem samotného časopisu. Další pojmy, které budu popisovat a jež jsou úzce spojeny s tématem mé bakalářské práce jsou pojmy jako mládež, populární hudba a samotná populární kultura.

*Časopis* se obvykle chápe jako tištěné periodikum, které vychází pravidelně v různých časových intervalech. Nejširší interval vydávání může sahát k jednomu vydání za půl roku. Nejnížší naopak k jednomu vydání za týden. V komparaci s deníkem je časopis méně aktuální, ale naopak obsahuje širší spektrum témat, kterým se věnuje.<sup>1</sup> Rozdíl bychom našli i v grafické úpravě (časopisy bývají grafičtější více propracované nežli deníky). Zmíněné aspekty hrají hlavní roli pro okruh potencionálních čtenářů (tzn. grafická stránka, stavba textů, komplexní zaměření). Časopisy lze rozlišovat dle různých kritérií. Jedním z nich je samozřejmě věková kategorie. Existují časopisy určené starším věkovým skupinám, ale také časopisy určené primárně pro mládež.<sup>2</sup> Z výše uvedených poznatků lze tedy konstatovat, že zaměřením této práce je právě periodikum, do jehož cílové skupiny spadá ona zmíněná mládež. Tento typ periodika je výrazným a narůstajícím fenoménem na poli současné populární kultury.

Dalším důležitým pojmem je – *mládež*. Mládež chápeme jako specifickou sociální skupinu obyvatelstva nacházející se stavem vývoje mezi dětstvím a dospělostí. V tomto období mladí lidé hledají své místo ve společnosti, osvojují si společenské normy, požadavky a formují si svůj vlastní světový názor.<sup>3</sup> Výraznou diferencí tohoto sociálního společenství oproti jiným věkovým skupinám je řada společných charakterizujících rysů. Definici pojmu mládež se také věnuje *Pedagogický slovník*, kde je mládež popisována jako: „sociální skupina tvořena lidmi ve věku přibližně od 15 do 25 let, která již ve společnosti neplní role dětství, avšak společnost jim ještě nepřiznává role dospělých. Má charakteristický způsob chování a myšlení, jiný systém vzorů, hodnot a norem. Každá generace mládeže reprodukuje některé kulturní hodnoty dané společnosti, jiné odmítá a tvoří nové. Proto vzniká v průběhu socializace mládeže určité napětí,

---

<sup>1</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3., rozš. vyd. Praha: Nakladatelství Libri, 2007, 263 s.

<sup>2</sup> Tamtéž.

<sup>3</sup> SMOLÍK, Josef. *Subkultury mládeže: uvedení do problematiky*. Praha: Grada, 2010.

vyvolané její větší schopností prosazovat nové věci, ale menší ochotou společnosti tyto změny připustit.“<sup>4</sup>

Neméně důležitý pojem je *populární hudba*. Za takovýto druh hudby bychom mohli označit komerčně orientovanou hudbu, jež má predikci být masově šířena, a to primárně v rámci masových médií (televize, rozhlas, rádio) a je určena především pro široké publikum.<sup>5</sup> Charakterizací populární hudby se také věnuje *Encyklopedie jazzu a moderní populární hudby*, kde je populární hudba definována takto: „Jde většinou o profesionálně nebo poloprofesionálně vytvářené skladby kratšího rozsahu, jednodušší struktury a stabilizovaných, přehledných forem, které jsou svou bezprostřední sdělností přístupny nejširším posluchačským vrstvám a jsou funkčně spjaty s jejich životem.“<sup>6</sup> Dle výše zmíněné publikace má populární hudba zboží charakter (podléhá mechanismům nabídky a poptávky). Také má standardizovanou strukturu, materiál a tematiku, která je dána stylově-žánrovým druhem, který odráží aktuální trendy a dobový společenský a kulturní vývoj.<sup>7</sup>

Posledním pojmem, jež bude středem mého zájmu je pojem *populární kultura* neboli *popkultura*. Ten typ kultury bývá v mnoha situacích ztotožňován s kulturou masovou tedy mass culture.<sup>8</sup> Přestože bývají tyto dva druhy kultury poměrně často zaměňovány, existují mezi nimi nuance. Rozdílem je například to, že masová kultura je považována za nástroj pro šíření kulturních hodnot mezi nejširší společenské vrstvy, a to prostřednictvím jednostranné komunikace skrze masová média. Zatímco populární kultura je formována vkusem, zkušeností či upřednostňovanými hodnotami publika. Na základě těchto informací by se dalo konstatovat, že populární kulturu tedy vytváří i sama lidská společnost skrze své volnočasové aktivity (hobby, módu, oblíbené žánry etc.).<sup>9</sup> Problematikou populární kultury v českých zemích se zabývá výrazná řada dalších badatelů, mezi kterými je i Jakub Machek. Moderní populární kultura (jak ji autor sám označuje) je charakteristická převážně produkty, jež jsou šířeny masovými médii. Tato média postupně ovládla různé formy kulturního projevu a stala se tak význačnými tvůrci kultury samotné.<sup>10</sup> Populární kulturu tedy označujeme jako hybridní produkt, jež je tvořen na jedné straně nároky obyčejných lidí za účelem uspokojení jejich potřeb

---

<sup>4</sup> PRŮCHA, Jan, Jiří MAREŠ a Eliška WALTEROVÁ. *Pedagogický slovník*. 4., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2003, str. 125.

<sup>5</sup> Britannica, The Editors of Encyclopaedia. "popular music". *Encyclopedia Britannica*, 18 Aug. 2021, <https://www.britannica.com/art/popular-music>. Accessed 19 April 2022.

<sup>6</sup> MATZNER, Antonín, Ivan POLEDŇÁK a Igor WASSERBERGER. *Encyklopedie jazzu a moderní populární hudby*. Vyd. 2., dopl. Praha: Supraphon, 1983, str. 311-312.

<sup>7</sup> Tamtéž.

<sup>8</sup> REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, 327 s.

<sup>9</sup> Tamtéž.

<sup>10</sup> MACHEK, Jakub. *Počátky populární kultury v českých zemích: tištěná média a velkoměstská kultura kolem roku 1900*. Příbram: Pistorius & Olšanská, 2017, 284 s.

(kulturní vyžití a prožitky etc.). Na straně druhé vznikl na základě snahy producentů oslovit, co nejširší obecnost a ovládnout tak trh.<sup>11</sup>

### 3. HUDEBNÍ PRODUKCE DEVADESÁTÝCH LET

Vzhledem k tomu, že hlavním zaměřením této bakalářské práce je reflektovat genezi a změny týkající se hudebního zpravodajství v rámci předem vybraného vzorku ročníků časopisu *Bravo* je zapotřebí stručně nastínit situaci hudebního průmyslu sledovaného období – tedy devadesátých let dvacátého století.

Na základě všeobecně známých a doložitelných faktů lze konstatovat, že omezení prosazovaná tehdejší režimem zasáhla do značné míry všechny sféry kultury. Rok 1989 otevřel dveře mnohým politicko-kulturním změnám, které se dotkly různých průmyslů nevyjímaje toho hudebního. V rámci těchto změn hrálo primární roli rozšíření svobodných možností pro podnikatele i průběh privatizace.<sup>12</sup> Totalitním režimem dříve potlačována tvorba perzekuovaných interpretů mohla být po roku 1989 šířena prostřednictvím legálních kanálů a mediálních institucí. Zároveň společně s tím zmizely represe, cenzura či také řízená selekce hudební kultury.<sup>13</sup> Toto období je možno rovněž charakterizovat jako obrovskou vlnu nových možností. V této době se zakládaly vlastní vydavatelství a na československém území se začaly objevovat nové společnosti, které zprostředkovávaly svým posluchačům širokou škálu hudebních prožitků, ať už to byly nové skladby či představení interpretů různého původu. Na počátku devadesátých let, existovalo na trhu jedenáct subjektů, které se zabývaly primárně šířením a produkcí hudby. Patřily mezi ně například Supraphon, Globus či Československý rozhlas.<sup>14</sup> Postupně přibývaly i další vydavatelské společnosti, mezi ty nejznámější je možno zařadit firmu Popron, která se převážně specializovala na zahraniční import. Podle slov Ondřeje Štěpánka se stalo zakládání vydavatelských firem poměrně snadnou záležitostí a většina zakladatelů do tohoto segmentu vstupovala s velmi omezenými finančními možnostmi. To je jeden z důvodů, proč působení mnoha společností nemělo dlouhého trvání. Mezi další příčiny

---

<sup>11</sup> Tamtéž.

<sup>12</sup> ŠTĚPÁNEK, Ondřej. Transformace československého hudebního průmyslu na počátku 90. let 20. století. *Acta Musei Nationalis Pragae – Historia*. Prague: National Museum, 2020, 74(3-4), 56–67. DOI: <https://doi.org/10.37520/amnph.2020.015>. ISSN 2570-6845 (print), 2570-6853 (online). Also available from: <https://publikace.nm.cz/en/periodicals/acta-musei-nationalis-pragae-historia/74-3-4/transformace-ceskoslovenskeho-hudebniho-prumyslu-na-pocatku-90-let-20-stoleti>.

<sup>13</sup> PASTIRČÁK, Marcel. *Česká mainstreamová populární hudba devadesátých let 20. století pohledem hudební analýzy*. Olomouc, 2023. Disertační práce. Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta.

<sup>14</sup> MATOUŠEK, Daniel. *Gramofonový průmysl v komunistickém Československu se zaměřením na dobu tzv. normalizace*. Brno, 2013. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta.

patřilo také přehnané očekávání zájmu veřejnosti o jednotlivé tituly či také nedostatek kapitálu ve spojení s dlouhou návratností z prodeje desek.<sup>15</sup>

Během devadesátých let ustupovala česká hudební produkce do pozadí. Naopak do popředí se dostávala doposud „zakázaná“ zahraniční hudba. O vzrůstajícím vlivu zahraničních interpretů svědčí změny zastoupení českých a zahraničních interpretů v rozhlasovém vysílání. Zatímco poměr mezi zahraniční a tuzemskou hudební produkcí byl v českých rádiích v osmdesátých letech prakticky vyrovnaný v první polovině devadesátých let se zvýšil na 58 % ve prospěch interpretů zahraničního původu.<sup>16</sup> Rozhlasové vysílání bylo také na počátku devadesátých let nejrozšířenější tuzemský zdroj poslechu hudby. Na základě výzkumu hudebnosti, který byl proveden v roce 1900 Jaroslavem Kasanem, tomu tak bylo z toho důvodu, že rozhlas disponoval svou všudypřítomností a jednoduchostí obsluhy.<sup>17</sup> Rovněž by se dalo říci, že tomu tak bylo i z důvodu, že rozhlas dokázal jednostranně oslovit velké množství potencionálních posluchačů.

V rámci hudebních stylů byla devadesátá léta velmi rozmanitá. Objevovaly se různé varianty rocku, rapu nebo alternativní hudby. Nicméně v této dekádě je možné spatřit rozdíly mezi první a druhou polovinou dekády v rámci žánrových preferencí. V první polovině devadesátých let je viditelná větší míra svobodné intencionality či také žánrové plurality – ty po roce 1995 začínají pozvolna podléhat tlaku hudebních producentů.<sup>18</sup> Na tuto problematiku se zaměřuje Michael Elavský, který uvádí, že to je způsobeno zvyšujícím se tlakem na dceřiné hudební společnosti u nás. Tento tlak zapříčinil podporu interpretů disponujících větším komerčním potenciálem a zvýšení investic do hudebních žánrů přinášející zaručený finanční zisk.<sup>19</sup> Mnoho z nejpůlárnějších interpretů, kteří se objevili v devadesátých letech byli umělci, kteří zažili takzvané „oživení“ na mainstreamové hudební scéně. Začátky jejich tvorby je možno datovat do začátků šedesátých až osmdesátých let, ale „boom“ zažili až po roce 1989.<sup>20</sup> Dle slov Marcela Pastirčáka „Potřebná jistota finančního zhodnocení investice do umělcovy tvorby s sebou zákonitě přináší nivelizaci plurality hudebních žánrů, návrat

---

<sup>15</sup> ŠTĚPÁNEK, Ondřej. *Transformace československého hudebního průmyslu na počátku 90. let 20. století*. Acta Musei Nationalis Pragae – Historia. Prague: National Museum, 2020.

<sup>16</sup> PASTIRČÁK, Marcel. *Česká mainstreamová populární hudba devadesátých let 20. století pohledem hudební analýzy*. Olomouc, 2023. Disertační práce. Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta.

<sup>17</sup> ŠRAJER, Petr. *Hudební dramaturgie českých soukromých rozhlasových stanic devadesátých let na příkladu Radia Faktor*. Olomouc, 2022. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Palackého v Olomouci. Filozofická fakulta.

<sup>18</sup> PASTIRČÁK, Marcel. *Česká mainstreamová populární hudba devadesátých let 20. století pohledem hudební analýzy*. Olomouc, 2023. Disertační práce. Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta.

<sup>19</sup> Tamtéž.

<sup>20</sup> Dostupné z WWW: <https://thepeoplehistory.com/90smusic.html>.

k mainstreamu, úspěch cover verzí, comeback interpretů z dřívější doby i masivnější nástup taneční hudby.“<sup>21</sup>

## 4. HISTORIE ČASOPISU BRAVO

Tato kapitola bude zaměřena na stručné rozvedení informací, které se týkají kulturně-politického kontextu, jež měl vliv na genezi médií. Dále bude tato část věnována samotnému vzniku německého časopisu *Bravo* a jeho následného vstupu a adaptace na československý trh. Součástí kapitoly je rovněž detailnější analýza ročníku 1991, a to jak v rámci globálního, tak hudebního obsahu. Rozbor ročníku 1991 nám poslouží k vytvoření pomyslného obrazu týkajícího se především samotné struktury časopisu *Bravo*. Zaměříme se tedy na jednotlivé rubriky, ale zároveň samotný hudební kontext z tohoto ročníku. Tato analýza je důležitá pro následnou komparaci ročníků 1992 a 1999.

Jak již bylo zmíněno výše, samotná politicko-kulturní situace měla značný vliv na samotný vývoj médií. Potažmo i typu (již výše zmíněného média) pro mládež do něhož spadá mnou analyzované periodikum. „Před rokem 1989 bylo v Československu registrováno 722 titulů periodického tisku, existovala jediná Československá televize, která vysílala na dvou programech, a Československý rozhlas, který byl rozdělen na Český a Slovenský rozhlas.“<sup>22</sup> Přestože byly možnosti redakcí jednotlivých periodik v období před sametovou revolucí, tedy rokem 1989, značně omezené existovaly časopisy, které dosáhly velké obliby. Konkrétní periodikum, jehož cílovou skupinou byla mládež a které se těšilo početné čtenářské základně byl týdeník *Mladý svět*, jež vycházel ve statisícových nákladech.

Časopis *Mladý svět* začal vycházet v lednu roku 1959 jako výsledek úvah, že časopisecká produkce konce padesátých let nedokáže oslovit mladé lidi, v důsledku čehož se vymykají ideologickému tvarování.<sup>23</sup> „Tehdy již bylo jasné, že informace o zasedání Ústředního výboru Československého svazu mládeže či fotografie z oficiálních politických setkání mladou generaci nezajímají a že je třeba vyjít vstříc jejím zájmům a potřebám.“<sup>24</sup> Josef

---

<sup>21</sup> PASTIRČÁK, Marcel. *Česká mainstreamová populární hudba devadesátých let 20. století pohledem hudební analýzy*. Olomouc, 2023. Disertační práce. Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta, str. 108-109.

<sup>22</sup> Zahrádková, M. *Čtvrtstoletí českých médií. Díl první (1989-1993)* [online]. Týden. Praha: Empresa Media. 14.02.2013. Dostupné na [www: https://tyden.cz/rubriky/tisk/ctvrtstoletí-ceskych-medií-díl-první-1989-1993\\_261374.html](https://tyden.cz/rubriky/tisk/ctvrtstoletí-ceskych-medií-díl-první-1989-1993_261374.html).

<sup>23</sup> Blümlová, Dagmar.: *Svět mladých roku 1968 v Mladém světě*. Str 15, in: Česko-slovenské reflexe: 1968: (jazyk – literatura – kultura). Pospíšil, Ivo (editor). Brno: Tribun EU, 2009, s. 13-22.

<sup>24</sup> Blümlová, Dagmar.: *Svět mladých roku 1968 v Mladém světě*. Str 15, in: Česko-slovenské reflexe: 1968: (jazyk – literatura – kultura). Pospíšil, Ivo (editor). Brno: Tribun EU, 2009, s. 13-22.

Holler, šéfredaktor časopisu *Mladý svět*, který mimo jiné navrhl i samotný název periodika, předložil roku 1958 Ústřednímu výboru ČSM návrh. V tomto návrhu vylíčil záměr periodika, jež bylo zaměřeno na mládež ve věkové kategorii čtrnáct až dvacet tři let. Ve svém návrhu uvedl, že časopis bude všemi přístupnými novinářskými formami napomáhat k výchově mládeže. Zavázal se, že mladé lidi bude vést k ideji socialismu a komunismu.<sup>25</sup> Periodikum tedy mělo působit na morální profil mladých a dospívajících adolescentů, uspokojovat jejich všestranné zájmy, a to nejen svou grafickou formou, ale rovněž i obsahem.<sup>26</sup> I přes svůj prvotní záměr, *Mladý svět* obsahoval témata, jež byla v tehdejší rodícím se komunistickém režimu tabuizována. Na popularitě nabýval i z toho důvodu, že neobsahoval tolik propagandistického materiálu jako jiná periodika vydávaná ve stejném časovém období.<sup>27</sup>

V šedesátých a sedmdesátých letech se začalo objevovat větší množství periodik spadající do kategorie určené „pro mládež“. Jako příklad je možno uvést časopis *Sedmička pionýrů*, což bylo čtení pro chlapce a děvčata na sedm dní. Poprvé toto periodikum vyšlo z produkce Mladé fronty, ve které působil, již zmíněný Josef Holler.<sup>28</sup> S vlivem politických změn a s rostoucí konkurencí nově vzniklých titulů, mnoho periodik, které vznikaly v padesátých až osmdesátých letech zaniklo nebo se přetransformovalo na jinou cílovou skupinu. I přes tento fakt se objevovaly časopisy, které byly zaměřeny na mladou generaci čtenářů a byly vydávány i po roce 1989. Jednalo se například o časopis *VTM* s podtitulem *Věda a technika mládeže*.<sup>29</sup>

Pro období po sametové revoluci je charakteristické masové zakládání nových titulů především ze strany českých vydavatelů. Dále pak proměna stávajících titulů či obnova titulů, které neměly v předcházejícím období povolení vycházet.<sup>30</sup> Na samotnou transformaci mediální scény po listopadu 1989 působily dva hlavní proudy – obnovení svobody projevu a nástup tržní ekonomiky. Téměř všechen český periodický tisk byl v roce 1993 v soukromém vlastnictví, což samozřejmě zapříčinilo i větší svobodu v tvorbě samotného obsahu jednotlivých periodik.<sup>31</sup>

---

<sup>25</sup> Tamtéž.

<sup>26</sup> Tamtéž.

<sup>27</sup> RIEDEL, Jaroslav. *Kritik bez konzervatoře: rozhovor s Jiřím Černým*. Třetí vydání. Praha: Galén, [2015], 342 s.

<sup>28</sup> MIŠÍKOVÁ, Kateřina. *Opakující se stereotypy v časopisech pro mládež na začátku osmdesátých let a dnes – mediální obraz rodičů*. 2011. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií.

<sup>29</sup> Tamtéž.

<sup>30</sup> KONČELÍK, Jakub, Pavel VEČEŘA a Petr ORSÁG. *Dějiny českých médií 20. století*. Praha: Portál, 2010.

<sup>31</sup> BENDA, Josef. *Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006*. Praha. Karolinum. 2007.



Českou mediální scénu začala ovlivňovat spousta zahraničních vlastníků, což vedlo k tomu, že českým vydavatelstvím začaly konkurovat ony zmíněné zahraniční produkce. Český trh zaplavily verze zahraničních periodik (*CosmoGirl*, *Bravo* či *Playboy*).<sup>32</sup> Časopisecký trh ovládly „domestikované“ zahraniční tituly.<sup>33</sup> Tato konkrétní periodika vznikala na základě udělení licence od vlastníků a při vytváření samotného obsahu se musely redakce, které licence zakoupily, podřídit předem určeným pravidlům, jež se týkala především struktury daného časopisu.<sup>34</sup> Zjednodušeně řečeno, redakce, která zakoupila licenci musela striktně dodržovat zásady týkající se obsahu, rubrik, vizuální podoby etc. Redakce, jež licenci zakoupila nebyla obsahem tvůrcem daného periodika, nýbrž pouze zprostředkovatelem zahraničního modelu pro české potencionální čtenáře. Licencované tituly mají do určité míry výhodu, neboť staví na modelech, které se již v jiných zemích osvědčily jako úspěšné. Mají ale zároveň také své nevýhody, neboť to, co v případě konkrétního časopisu funguje v jedné zemi, nemusí nutně fungovat nutně i v druhé. V případě časopisu *Bravo* se ale koupě licenčního modelu vyplatila, neboť čeští a (z počátku i slovenští) čtenáři přijali tento časopis pozitivně. Této situaci určitě dopomohla samotná popularita známá z minulého režimu a dozajista také kulturně-historická a společenská blízkost sousedního Německa.

Historicky první číslo časopisu *Bravo* vyšlo v Německu, 26. srpna roku 1956 s podtitulem „*Die Zeitschrift für Film und Fernsehen*“ („*Časopis pro film a televizi*“).<sup>35</sup> Na titulní straně časopisu se na červeno-žlutém pozadí objevili oblíbení filmoví herci jako byl Richard Widmark, Strahlender Siger či americká herecká ikona Marilyn Monroe. *Bravo* bylo původně zaměřeno na filmovou a televizní produkci (dokonce obsahovalo i televizní program). O tři roky později od roku 1959 se obsahová struktura časopisu *Bravo* mírně přeorientovala a větší prostor začaly dostávat oblasti týkající se populární hudby.<sup>36</sup>

---

<sup>32</sup> KOPPLOVÁ, B.: *Kam směřují časopisy a lifestyleové magazíny*. In: JIRÁK, Jan, Milan ŠMÍD, Miloš ČERMÁK, et al. *10 let v českých médiích*. Praha: Portál, 2005, 142 s.

<sup>33</sup> BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001.

<sup>34</sup> VOJTĚCHOVSKÁ, M: *Kdy se vyplatí časopisecké licence?* Internetové stránky. Hospodářské noviny. Praha. Economia. Dostupné na <http://life.ihned.cz/c1-20973640-kdy-se-vyplati-casopisecke-licence>.

<sup>35</sup> TILSNER, T.: *50 Jahre BRAVO von Archiv der Jugendkulturen e. V.*, 2 vydání, Bad Tölz 2006. Online: 50 Jahre Bravo – Archiv der Jugendkulturen e. V.

<sup>36</sup> ŠTEFEK, J. *Před 60 lety vyšlo první číslo legendárního časopisu Bravo* [online]. Reflex. Praha: Czech News Center. 26. srpna 2016. Dostupné na [www: https://reflex.cz/clanek/kultura/74376/pred-60-lety-vyslo-prvni-cislo-legendarniho-casopisu-bravo.html](https://reflex.cz/clanek/kultura/74376/pred-60-lety-vyslo-prvni-cislo-legendarniho-casopisu-bravo.html).

## 4.1 ROČNÍK 1991 A JEHO OBSAH

První vydání periodika *Bravo* se na československém území objevilo 26. září 1991. Je nutné zmínit fakt, že se stále jednalo o vydání československé nikoli české. Časopis vycházel v tomto roce pod záštitou vydavatelství *Nová móda service, spol. s.r.o.*, pod odborným vedením Jakuba Jakoubka, který je považován za jednu z nejvýraznějších osobností československé volnočasové zábavní scény (převážně diskotéky). Společně s Milošem Skalkou uváděl od roku 1972 populární klubový pořad *Pouštěčína*. Mimo jiné působil také jako hudební redaktor rozhlasového pořadu *Mikroflóra* a koncem 80. let se stal spoluzakladatelem pořadu *Noční proud*.<sup>37</sup> Do redakce *Brava* na jeho počátku patřila i Ivana Schůrková, která se starala o celkovou koordinaci, dále pak Jan E. Tůma, jakožto jazykový redaktor a Milan Hodík, který se zabýval technickou stránkou časopisu.<sup>38</sup> *Bravo* nejprve vycházelo jako měsíčník, ale už v té době měl šéfredaktor Jakub Jakoubek v plánu vydávat časopis *Bravo* jako čtrnáctideník a sám uvedl: „Jak to bude vypadat v novém roce, to záleží v nemalé míře na našich čtenářích, kteří nám svými připomínkami, kritikou a jistě i tipy na své oblíbené zpěváky, skupiny, či herce určitě pomohou vytvořit definitivní tvář československého BRAVA roku 1992.“<sup>39</sup>

V roce uvedení vyšla celkem čtyři čísla, a to konkrétně 26.9. 1991 říjnové, 24.10.1991 listopadové, 28.11.1991 prosincové a 19.12. 1991 vyšlo první číslo druhého ročníku. Tato vydání byla obsahově převzata z původní, německé originální verze. I z toho důvodu měla v tomto roce redakce časopisu *Bravo* pouze čtyři, výše zmíněné, členy. Postupem času, zároveň jako i reakce na zvyšující se zájem o časopis *Bravo*, se počet členů české redakce zvyšuje a stává se autonomní jednotkou, která začíná vytvářet vlastní obsah.

První čtyři čísla ročníku 1991 byly pouhým překladem německé verze *Bravo*, která vznikla pod vydavatelstvím *Heinrich Bauer Spezialzeitschrift-Verlag Kg München*. Trend pouhého překladu originální verze se v průběhu let měnil. Touto problematikou se budu zabývat v dalších kapitolách. Všechna uvedená čísla vycházela pod jednotným jménem *Bravo*, každé číslo obsahovalo 32 stran a cena periodika byla 14,90 Kčs.

Obsahová stránka prvních čtyř čísel ročníku 1991 byla vcelku konzistentní. Objevovaly se téměř identické rubriky, které byly součástí každého čísla. Tyto rubriky byly z větší části soustředěny na hudbu, film, módu či mezilidské vztahy.

---

<sup>37</sup> POTŮČEK Jan. *Zemřel zakladatel a dlouholetý moderátor Nočního proudu Jakub Jakoubek* [online]. Lupa. Praha. 11.06.2013. Dostupné z [www: https://lupa.cz/clanky/zemrel-zakladatel-a-dlouholety-moderator-nocniho-proudu-jakub-jakoubek/](https://lupa.cz/clanky/zemrel-zakladatel-a-dlouholety-moderator-nocniho-proudu-jakub-jakoubek/).

<sup>38</sup> *Bravo*, ročník 1, číslo 1, vyšlo 26. září 1991, str. 2.

<sup>39</sup> Tamtéž.

První rubrikou, která se objevila ve všech výše uvedených číslech nesla název **Zatykač měsíce**. Jednalo se o rubriku, která vždy obsahovala nějakou ze známých osobností, ať už ze světa hudby (Bryan Adams), nebo ze světa kinematografie (Kurt Russell). Zatykač měsíce obsahoval především základní údaje o dané známé osobnosti, datum a místo narození, barva vlasů, barva očí, výška, rodinný stav či informace týkající se jejich kariéry. Jednalo se tedy o objektivní, reálné informace o daných osobnostech.

Druhá rubrika, která byla typická pro časopis Bravo, byla rubrika zaměřující se na mezilidské vztahy, s názvem **Láska, sex a něžnosti**. Jednalo se o anonymní poradnu, kdy čtenáři zasílali do redakce otázky, které bychom mohli označit za mírně tabuizované. Jednoduše řečeno, otázky týkající se především sexu a témat, o kterých si tehdejší mládež netroufala hovořit nahlas. Na jednotlivé otázky v prvních čtyřech číslech ročníku 1991, odpovídala MUDr. Irene Keppler z Mnichova.

Mezilidským vztahům se věnovala také další z rubrik, nazvaná **Vypovídej se**. Na těchto stránkách pomáhal tým psychologů řešit problémy čtenářů. Jednalo se o problémy, které nebyly nutně spojeny s tematikou sexu, jak tomu bylo v předešlé rubrice. Jednalo se spíše o psychické problémy recipientů, jako například obava z citového vydírání či obava z aktuální společenské situace. I zde bylo jednotlivým recipientům odpovídáno skrze odborníky.

Tvůrci *Brava* se v jednotlivých číslech zaměřovali také na **filmový průmysl**. V těchto rubrikách lze nalézt informace jak o jednotlivých filmech, ale také například o samotných hercích či tvůrcích.

**Móda a make-up** bylo dalším typickým tématem časopisu *Bravo*. Články tohoto charakteru se zaměřovaly především na módní trendy či návody na různé kosmetické produkty.

Součástí každého ročníku byly také **horoskopy, křížovky** či **psychotesty**, čímž *Bravo* poskytovalo svým recipientům určitou míru interaktivity. Jako příklad můžeme uvést psychotesty na téma „Máš úspěchy u druhého pohlaví“ či „Jednáš dřív, než přemýšlíš“, nebo také například v rámci horoskopů se čtenáři mohli také dozvědět, která ze slavných osobností se narodila ve stejném znamení jako oni. Křížovky byly koncipovány jakožto křížovky o ceny, čímž redakce *Brava* onu zmíněnou interaktivitu zvyšovala.

Výše uvedené rubriky byly součástí každého čísla, objevila se ale i rubrika, kterou lze nalézt pouze v posledních číslech ročníku 1991. Jednalo se o rubriku **Láska a flirt**, kterou bychom mohli přirovnat k rubrice *Láska, sex a něžnosti*. Jedinou nuancí je fakt, že v této rubrice se objevovaly otázky obecnějšího charakteru, například „Jak funguje antikoncepce“ a podobně.

Následující rubriky, které se v prvních číslech ročníku 1991 objevovaly, byly rubriky týkající se hudby. Mezi stálé rubriky věnované hudbě patřil například **Songbook**, tedy

zahraniční hudební texty a jejich české překlady. Dále pak sekce nazvaná **Nové desky**, kde se recipienti mohli dočíst o nově vydaných albech, ke kterým byly připojeny také krátké hudební recenze. A v neposlední řadě také **Hit-Parády**, tedy hudební žebříčky nejhranějších písní. Mimo tyto rubriky se samozřejmě v prvních čtyřech číslech ročníku 1991 objevovaly také stránky, které se obsahově zaměřovaly na hudbu jako takovou, ať už na hudební skupiny, či jednotlivé interprety a interpretky. Nebyly součástí žádné ustálené rubriky, ale byly stěženi pro jednotlivá čísla. Důležitou složkou všech zmíněných čísel časopisu byla také sekce **Plakáty (Bravo Postery)**. V drtivé většině byly na plakátech osobnosti z hudební sféry, méně časté pak byly plakáty filmových herců či hereček.

Součástí obsahu byla také inzerce či reklama chceme-li. Reklama se v první číslech ročníku 1991 objevovala opravdu velmi sporadicky. V prvním a druhém čísle nalezneme pouze nepatrnou upoutávku na časopis Bravo Poster, což bylo speciální vydání periodika *Bravo*, které obsahovalo pouze plakáty a křížovky o ceny. „Bravo Poster byla „sestra velkého časopisu Bravo“, které se úplně poprvé objevilo v roce 1973 a bylo reakcí na tehdejší jiné významné periodikum pro mládež POP a POPFOTO.“<sup>40</sup> Ve třetím čísle se objevuje reklama na periodikum *Medvidci Štěstíkové* a kupříkladu ve čtvrtém čísle reklama, inzerce úplně absentuje.

Počátkem devadesátých let docházelo u časopisů pro mládež k výrazným změnám nejenom co se obsahu týče, ale také co se vizuální stránky týče. „Projevy technologického pokroku díky vstupu zahraničního know-how do českých masmédií zapůsobily pozitivně a přiblížily nás mezinárodní úrovni.“<sup>41</sup> Vizuální vyznění celého časopisu tvořila titulní strana. Na titulní straně se objevovalo logo periodika, které bylo vždy barevně a velikostně odlišeno od ostatního sdělení a informace o obsahu uvnitř periodika ve formě fotografií některých z celebrit. V prvních čtyřech číslech ročníku 1991 se tak na titulní straně objevily hudební velikáni jako například Depeche Mode, Roxette, New Kids on the Block či Michael Jackson. Fotografie těchto hvězd byly signifikantní k hlavnímu tématům daného čísla. Dále se na titulních stranách objevovala řada menších fotografií, které byly uvozeny menšími titulky, které rovněž poukazovaly na obsah uvnitř periodika. Tvůrci vizuální stránky často na titulní strany využívali čistě bulvárních titulků, které měly za účel zvýšit atraktivitu a impuls k samotné koupí. V prvních čtyřech číslech ročníku 1991 nalezneme jak slovenské, tak české texty (ty české dominují). Zarovnání do sloupců bývá mnohdy poměrně chaotické, často se objevuje spousta různých titulků, různých barev a velikostí a na první pohled mohou na recipienta působit mírně

---

<sup>40</sup> MÜLLER, Chris. *Die Zeitschrift BRAVO poster*. [online]. Dostupné na [www: https://bravo-archiv.de/bravoposter-1.php](https://bravo-archiv.de/bravoposter-1.php).

<sup>41</sup> BARTOŠEK, J.: *Základy žurnalistiky*. Univerzita Tomáše Bati, Zlín 2002, str. 15. Učební texty vysokých škol.

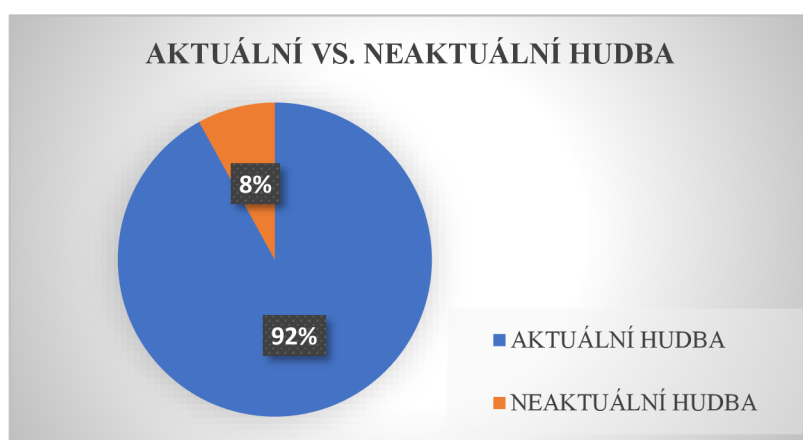
zmatečně. U nadpisů bývají často využívány verzálky (tedy velká písmena), v samotných textech je pak používáno především minusek (tedy malých písmen).

#### **4.1.1 HUDEBNÍ KONTEXT ROČNÍKU 1991**

Tato kapitola bude rozdělena do tří rovin. V první rovině této kapitoly se budu zabývat analýzou poměru mezi aktuální a neaktuální hudební produkcí (fenomén hudebního revivalu). Pojmem aktuální hudební produkce, v kontextu mé bakalářské práce, rozumíme hudební produkci, která byla v devadesátých letech dvacátého století populární. Jednalo se o interprety, kteří aktivně tvořili nová hudební alba, pořádali koncerty a jejichž písně byly součástí celosvětových hitparád či hudebních rádií. Akcent bude kladen na to, kolik prostoru bylo vymezeno pro onu aktuální hudbu a do jaké míry redakce *Brava* věnovala prostor hudbě z let předešlých, v kontextu této práce, tedy hudbě neaktuální. Druhou rovinu bude tvořit deskripce poměru jednotlivých hudebních obsahů, tedy zjednodušeně řečeno, kolik prostoru bylo věnováno hudbě a zda hudební témata dominovala či naopak ustupovala jiným popkulturním formám. Poslední rovina bude zaměřena na hudební témata obecně, především zda se jednalo o hudbu zahraniční či tuzemskou a jestli byly obsažené informace seriózního či bulvárního charakteru. Nedílnou součástí této kapitoly jsou také hudební žánry. Budu tedy analyzovat, jaké konkrétní hudební žánry převažovaly nebo naopak, které se objevovaly v minimální možné míře. Je nutno dodat, že hudební žánry budu zkoumat na základě jednoduchých rubrik seriózního charakteru. Výše uvedené roviny budou zpracovány do samostatných grafů. Jak již bylo zmíněno v úvodu – výsledky dat z jednotlivých grafů je zapotřebí chápat jako pouze orientační vyhodnocení, a to z toho důvodu, že v některých případech je obtížné s přesností určit, zda se například jedná o čistě bulvární či seriózní informace a podobně.

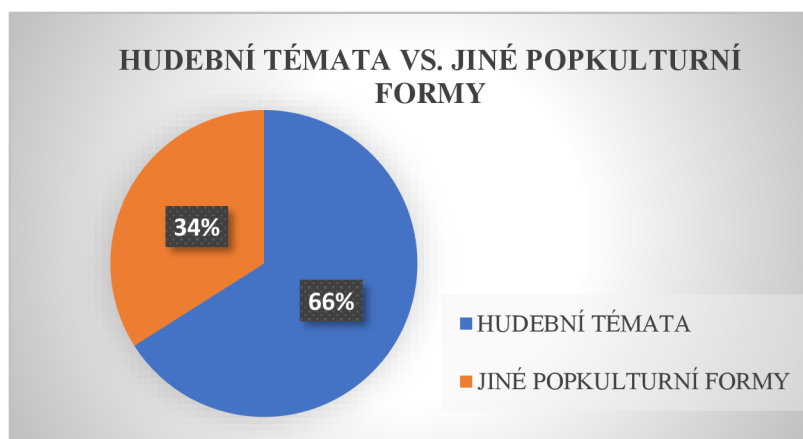
V rámci první roviny je nutno poukázat na fakt, že samotný hudební obsah prvních čtyř čísel ročníku 1991 byl dosti proměnlivý. Tvůrci periodika samozřejmě reagovali na tehdejší hudební scénu, což ovlivnilo danou aktuálnost hudebních témat, která se zde objevovala. Redakce *Brava* zaměřovala svou pozornost především na interprety, jejichž počátek hudební kariéry datujeme do 70.-80.let 20.století. Tito interpreti byli ale velmi aktivní právě i v 90.letech. Hovoříme o interpretech, kteří aktivně tvořili svá hudební alba, jejichž písně byly přítomny v celosvětových hudebních žebříčcích a jejichž koncerty byly součástí hudebního dění 90.let. Jako příklad můžeme uvést kapelu Depeche Mode nebo Roxette. Součástí této skupiny byly také interpreti, jejichž hudební kariéra byla započata až v 90.letech. Zde se objevovali především interpreti, kteří jsou aktivní doposud, například zpěvák Don Omar, ale zároveň zde

také nalezneme skupinu interpretů, kteří sice i nadále tvoří, ale nejsou plnohodnotnou aktivní složkou celosvětové hudební produkce (například ekvádorský zpěvák Gerardo). Nedílnou součástí hudebních témat, tvořili také interpreti, jejichž aktivní léta se datují před rok 1990. Vzhledem k jejich úspěchu a slávě, byli částečně populární i v 90. letech, ale nebyli tak aktivní jako například výše uvedení interpreti a můžeme je tedy zařadit do skupiny neaktuální hudby. Hovoříme o hudební skupině Dire Straits, jímž byl věnován prostor v prvním a čtvrtém čísle ročníku 1991. Výjimečné bylo třetí číslo, kdy se mimo výše uvedeného, objevila také dvoustránka nazvaná Rock'n'Roll. Tato rubrika byla věnována velikánům Rock'n'Rollu, jako například Chuck Berry či Little Richard a podobně. (viz graf číslo 1)



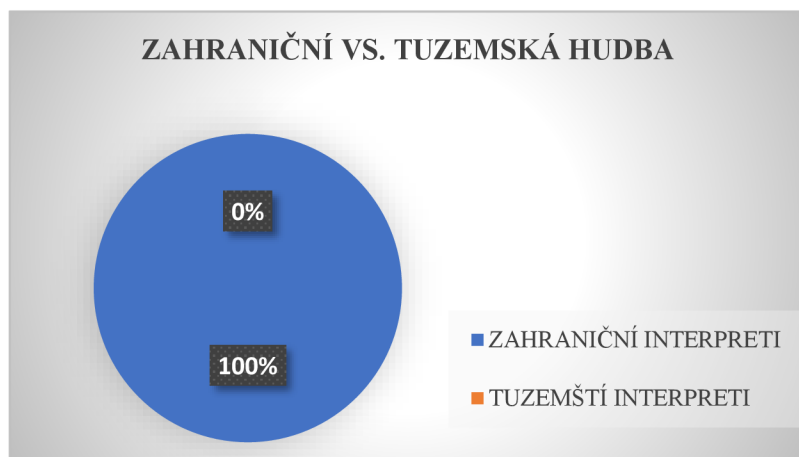
Graf č.1

Druhou rovinu této kapitoly tvoří deskripce poměru hudebních témat vůči jiným popkulturním formám. Zjednodušeně lze říci, že v prvních čtyřech číslech ročníku 1991 se redakce časopisu *Bravo* zaměřovala především na hudební témata. Jiné rubriky, týkající se například kinematografie, módních trendů či mezilidských vztahů byly oproti hudebním tématům upozaděny. (viz graf číslo 2)



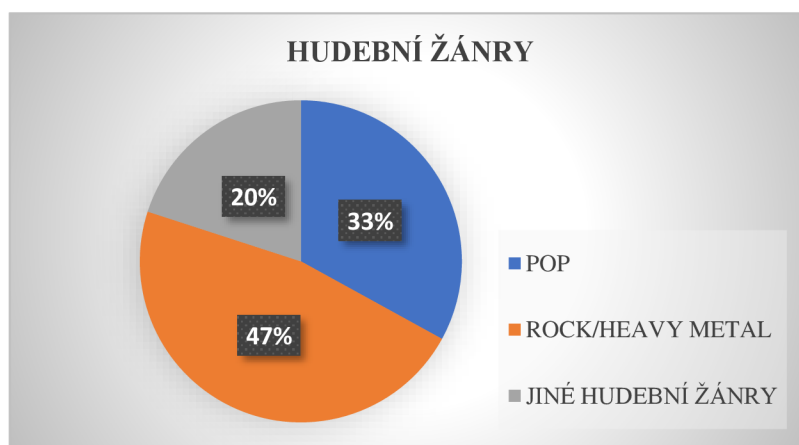
Graf č.2

V rámci poslední roviny se kromě seriózních a bulvárně zpracovaných hudebních témat také zaměřím na samotný původ obsažených interpretů a stručnou analýzu žánrů. Vzhledem k faktu, že se v rámci prvního ročníku, jednalo pouze o překlad německého originálu, je přirozené, že zde ve 100 % nalezneme pouze zahraniční interprety. K transformaci na československé interprety docházelo během následujících let a touto problematikou se budu zabývat v kapitole věnované analýze ročníku 1992 a 1999. (viz graf číslo 3)



Graf č.3

V ročníku 1991 se objevilo široké spektrum interpretů z nejrůznějších hudebních žánrů. V této části byl kladen důraz především na analýzu poměru jednotlivých žánrů v celkovém kontextu tohoto ročníku. K získání příslušných dat byly analyzovány jednotlivé, seriózně zaměřené články či rubriky. Touto analýzou byl získán rámcový přehled o tom, jakému hudebnímu žánru bylo v ročníku 1991 věnováno více prostoru a jakému naopak méně. (viz graf číslo 4)



Graf č.4

Při analýze charakteru obsažených informací, první skupinu tvoří seriózní hudební informace. Než přistoupíme k samotnému rozboru je nutné, abychom definovali pojem seriózní zpráva, tak jak ji můžeme chápat v kontextu mé bakalářské práce. Jaroslav Bartošek ve své knize uvádí, že seriózní zpráva (jinak řečeno také zpravodajské sdělení, story, news) by měla nabízet věcnou a reálnou informaci o aktuální události. Důležitým bodem seriózní zprávy je samotná podstata předkládané informace, přičemž stejně důležitá je i souvislost, objektivita a kontext.<sup>42</sup> Dále ve své knize *Základy žurnalistiky* uvádí: „Měřítkem informační kvality zprávy je její relevance, objektivita, přesnost, transparentnost, věcnost, vyváženost, různorodost, aktuálnost a srozumitelnost.“<sup>43</sup> V kontextu mé práce je seriózní zprávou myšlena jakákoliv objektivní a přesná informace o daných interpretech. Mezi takovéto informace můžeme především zařadit údaje o hudebních počinech či všeobecných faktech týkající se interpretů. V rámci seriózních zpráv se tak recipient setkává s podloženými informacemi týkající se například vydání nového singlu, pořádání, příprava či průběh koncertu a podobně. V prvním ročníku 1991 to byla například reportáž o skupině AC/DC. Jednalo se konkrétně o dánský koncert kapely. Díky věrohodným informacím a fotografiím pořízených přímo z koncertu, si tak recipient mohl alespoň částečně přiblížit atmosféru daného koncertu. V rámci seriózních informací je nutno také zmínit rubriku **Talk-Show**. Ve všech čtyřech číslech ročníku 1991 se tato rubrika objevila. Jednalo se rozhovor mezi redaktory periodika *Brava* a vybranými interprety. Čtenář se tak o trochu více seznámil s interprety jako je Seal, Bryan Adams, Roxette či Color me Bad. Do této skupiny seriózních hudebních informací můžeme zařadit také již výše zmíněné rubriky jako **Songbook** (například doslovný překlad písně od Prince či kapely Salt-n-Pepa). Také rubriky **Hit-Paráda** či **Nové desky** obsahovaly ověřené seriózní informace o nově vydaných albech či aktuálních hitparádách.

V opozici k seriózním informacím je zapotřebí také zmínit i informace bulvárního zaměření, které měly za cíl zvýšit čtenářskou atraktivitu daného čísla. Informace bulvárního charakteru je naopak od seriózní informace méně důvěryhodná, neboť tvůrci těchto zpráv často vycházejí z nedoložených a neobjektivních informací.<sup>44</sup> „S oblibou si všímá senzací, skandálů, afér a drbů. Často tak odpovídají témata jako strach, smrt, neštěstí, násilí, erotika a sex, korupce a peníze.“<sup>45</sup> V prvním čísle ročníku 1991 se objevil například článek nazvaný „Dívky po něm

---

<sup>42</sup> BARTOŠEK, Jaroslav. *Základy žurnalistiky*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2002, 109 s. Učební texty vysokých škol.

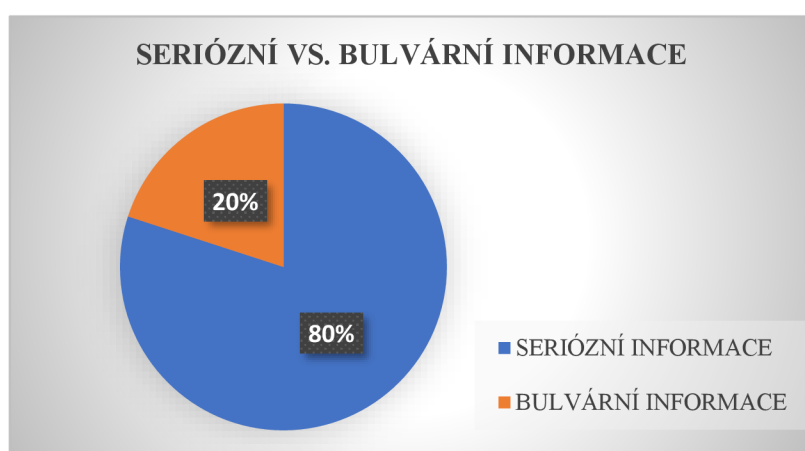
<sup>43</sup> Tamtéž, str. 50.

<sup>44</sup> BARTOŠEK, Jaroslav. *Základy žurnalistiky*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2002, 109 s. Učební texty vysokých škol.

<sup>45</sup> Tamtéž, str. 50.



šílí na každém kroku“. Jednalo se o bulvární informace o ekvádorském interpretovi jménem Gerardo. Celý článek byl koncipován jako ukázka faktu, že je onen zmíněný interpret obletován ženami a redakce *Brava* do slovně píše „Jeho manažer se dokonce domnívá, že všechny dívky by s ním chtěly jít do postele“.<sup>46</sup> Bulvární články se ne vždy zaměřovaly pouze na jednotlivé interprety či hudební kapely, nýbrž mnohdy řešily komplexní bulvární témata. Jako příklad můžeme uvést třetí číslo ročníku 1991, kde se objevila dvoustránka nazvaná „Patri sex na pódia?“ Na těchto stránkách se redakce *Brava* zaměřila na kontroverzní interprety a jejich často obscénní vystupování na koncertech (například Madonna, Billy Idol, Michael Jackson nebo Prince). (viz graf číslo 5)



Graf č.5

#### 4.1.2 RESUMÉ ROČNÍKU 1991

Ročník 1991 obsahoval celkem čtyři čísla. U všech čísel se jednalo o pouhý překlad německého originálu, jehož obsah nebyl nijakým zásadním způsobem upravován českou redakcí. Co se týče jazyka, je nutno uvést, že se v prvních čtyřech číslech objevoval jak slovenský, tak i český jazyk. Obsahová stránka prvních čtyř čísel je poměrně konzistentní. Lze ji rozdělit do dvou tematických skupin, a to na hudební témata a témata jiných popkulturních forem. V rámci popkulturních forem se v prvních čtyřech číslech, z velké části objevovala totožná témata či rubriky, týkající se například mezilidských vztahů, filmu či módy. V rámci hudebních témat jsem zkoumala několik rovin. První rovinou, která byla porovnáována, byla rovina aktuální hudby versus neaktuální hudby. V této rovině jednoznačně převažuje aktuální populární hudba a to v 92 %. V této rovině je nutno také zmínit, že se jednalo jak o hudební produkci, která vznikala přímo v 90. letech, ale zároveň se zde objevovali interprety, jejichž počátek se datuje

<sup>46</sup> Bravo, ročník 1991, číslo 1, vyšlo 26. září 1991. str. 6.

do 80.let, ale v 90.letech byli stále aktivní a byli plnohodnotnou součástí celosvětové hudební produkce. Druhá zkoumaná rovina, byla rovina týkající se poměru hudby k jiným popkulturním formám. V této rovině bylo zjištěno, že 66 % informací v prvním ročníku bylo zaměřeno na hudební témata, zbylých 34 % bylo věnováno jiným popkulturním formám. Vzhledem k výše uvedenému faktu týkající se pouhého překladu z německého originálu, je přirozené, že se v prvním ročníku neobjevují čeští či slovenští interpreti, obsah je zaměřen ve 100 % na zahraniční hudební produkci. V rámci žánrů dominují především žánry Pop (33 %) a Rock/Heavy Metal (47 %). Je ale zároveň nutné, tato čísla chápat jako pouze orientační, a to především z toho důvodu, že někteří obsazení interpreti svou hudební produkcí spadají, jak do žánrů rocku, tak popu a nelze tedy s přesností jasně určit jejich žánrové zařazení. Kromě Rocku a Popu se také objevily i jiné hudební žánry, jako například Rock 'n' Roll (5,5 %), Hip-Hop/RnB/Rap (11 %) či Elektronická hudba (3,5 %). Součástí poslední roviny, kterou jsme se zabývali bylo také porovnání seriózních a bulvárních hudebních témat. Na základě zjištěných dat můžeme konstatovat, že v prvním ročníku převládají rubriky či informace seriózního charakteru. Převaha je poměrně razantní, jedná se o poměr 80 % seriózních informací ku 20 % informacím bulvárním.

Zjednodušeně lze konstatovat, že se v rámci prvního ročníku jednalo o překlad z německého originálu, jejichž jazyk nebyl ustálený (viz český a slovenský jazyk.) Obsahová stránka byla zaměřena především na zahraniční hudební produkci a převládala témata seriózního charakteru. Ona hudba byla zároveň převládajícím prvkem nad jiným popkulturními formami a v rámci hudebních žánrů převažoval Pop a Rock.

## **5. ROČNÍK 1992 A JEHO OBSAH**

Ročník 1992 obsahoval celkem 12 čísel. I tento ročník, stejně jako ročník 1991, vycházel pod vydavatelstvím *Nová móda service* pod vedením stejných pracovníků (Jakub Jakoubek, Jan. E Tůma, Milan Hodík či Ivana Schůrková). V rámci redakce dochází k mírným změnám. Od osmého čísla ročníku 1992 se objevil nový stálý člen redakce. Jednalo se o Vojtěcha Stekláče pod jehož odborným vedením byly přidávány odpovědi na otázky z poradenských rubrik. Ve dvanáctém čísle se pak objevuje jméno Květa Oherová jakožto administrativní pracovnice redakce.

Obsah ročníku 1992 byl, podobně jako ročník 1991, vcelku ustálený. Ve všech dvanácti číslech se objevovaly pravidelné rubriky, které je opět možno rozdělit do dvou skupin. První skupinu tvořily rubriky zaměřené na hudbu jako takovou. Zde se objevovaly hudební informace

jak seriózního, tak bulvárního charakteru, široké spektrum hudebních žánrů či dokonce i tuzemští interpreti (této změně se budu věnovat v následující části.) Objevovaly se také identicky stejné rubriky, které bychom mohli nalézt také v předešlém ročníku. **Songbook** (české překlady zahraničních songů), **Nové desky** (aktuálně nově vydaná hudební alba), **Hit-Parády** (hudební žebříčky). Součástí ročníku byla také sekce Plakáty (Bravo Postery), které se staly nedílnou součástí celého periodika. V této sekci převládaly především plakáty hudebních interpretů, méně časté pak byli plakáty různých herců. V tomto ročníku se objevilo i pár nových ustálených rubrik. Jednalo se například o rubriku nazvanou **Tři otázky pro**. Objevovala se vždy na druhé stránce čísla (konkrétně čísla 7–12) a objevovaly se zde tři otázky, které byly položeny českým interpretům (mezi první české interprety, kteří se objevili na stránkách periodika *Bravo* byla česká zpěvačka Tanja Krauerová).

Druhou skupinu pak tvořily rubriky věnované jiným popkulturním formám. Jednalo se o konzistentní rubriky jako **Láska, sex a něžnosti**, **Vypovídej se** či **Láska a flirt** (zaměřené na mezilidské vztahy, poradnu či osobní zkušenosti recipientů) či rubriky věnované módě či filmovému průmyslu. V této skupině se objevila jedna z nových rubrik, nazvaná **Show perličky**. Byla převážně bulvárně zaměřena a poskytovala všemožné klepy různých umělců či dokonce sportovců (například herečka Kim Basinger či tenista André Agassi).

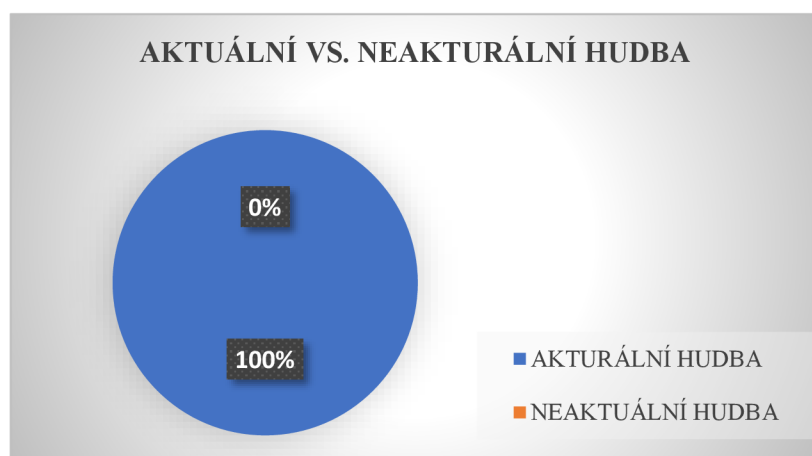
Jak jsem již zmínila při analýze ročníku 1991, součástí obsahu byla také inzerce či reklama. S rostoucí popularitou periodika se stalo přirozeným, že začalo být atraktivní platformou pro reklamu či inzerci. A proto se také reklama (na rozdíl od ročníku 1991, kde se objevovala velmi sporadicky), těšila větší oblibě. Vzhledem k cílově skupině se tak s pravidelností od desátého čísla ročníku 1992 začaly objevovat reklamy především na dámské hygienické potřeby.

Nedílnou součástí obsahu byla také i vizuální podoba periodika. Ta zůstává téměř identicky stejná jako tomu bylo i v případě ročníku 1991. Stěžejní zůstává titulní strana, na které se vždy objevuje hlavní téma celého čísla, tedy fotografie hudebního interpreta či hudební skupiny, doplněna o menší fotografie týkající se vedlejších témat obsahu čísla. Tvůrci i nadále využívali na titulních stranách spíše bulvárních informací, které měly za účel zvýšit atraktivitu a prodej celého periodika. K mírným nuancím dochází pouze v hojnějším využívání výraznějších barev či modernějšího stylu písma.

## 5.1 HUDEBNÍ KONTEXT ROČNÍKU 1992

Podobně jako v kapitole 3.1.1. i zde bude hudební kontext analyzován ve třech základních rovinách. Prostřednictvím těchto rovin bude zkoumán poměr mezi aktuální a neaktuální hudební produkcí, kolik prostoru bylo věnováno hudebním tématům a jiným popkulturním formám, dále pak do jaké míry redakce *Brava* pracovala se seriózními či bulvárními informacemi a zda se zaměřovaly spíše na zahraniční či tuzemské interprety. Nedílnou součástí této kapitoly bude také analýza jednotlivých hudebních žánrů. Budu se zabývat otázkou jaké konkrétní hudební žánry dostávaly největší prostor a jaké byly naopak upozaděny či do jaké míry redaktoři *Brava* pracovali s nově vznikajícími žánry, které byly signifikantní pro 90.léta.

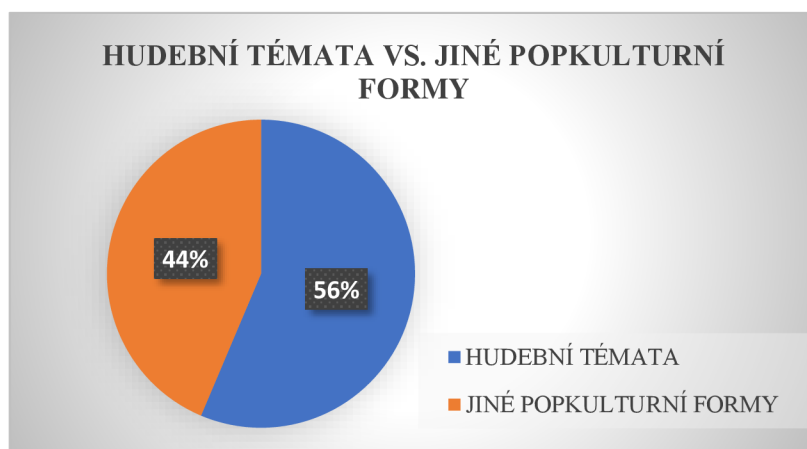
V rámci první roviny, kdy se zabývám otázkou poměru mezi aktuální a neaktuální hudební produkcí je nutno konstatovat, že dochází k výraznější změně v porovnání s ročníkem 1991. Oproti přechozímu ročníku se totiž redaktoři *Brava* zaměřili pouze na aktuální hudební scénu. Objevovaly se tak hudební rubriky či texty, které byly zaměřeny především na interprety, kteří ke konci 80. let a na počátku 90.letech započali svou kariéru a stali se celosvětově populárními (například britské pop-rockové duo Shakespears Sister). Nalezneme zde také interprety, kteří začali tvořit svá hudební díla již v 80.letech a v 90.letech byli plnohodnotnou součástí aktuální hudební produkce (například irská rocková skupina U2). V ročníku 1992 nenalezneme neaktuální hudbu, tedy hudební interprety, jejichž tvorba spadá do 50.-60.let, jak tomu bylo v případě ročníku 1991, kdy se objevovaly například dvoustránky věnované Rock 'n' Rollu čili již zemřelým interpretům. (viz graf číslo 6)



Graf č.6

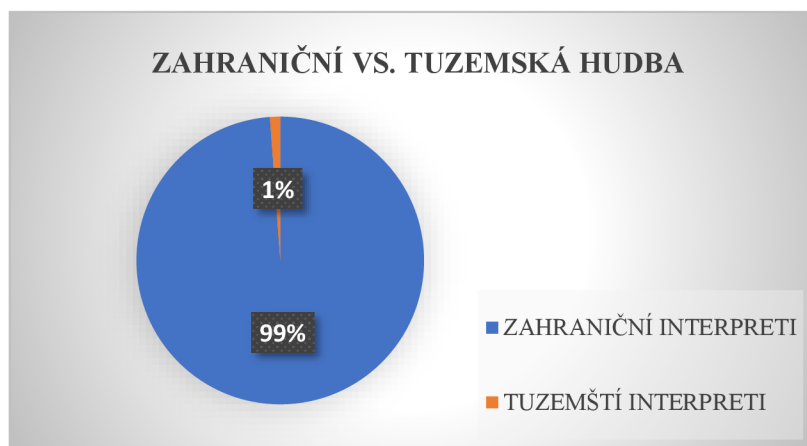
Z hlediska druhé roviny, kdy je analyzován poměr mezi hudebními tématy a jinými popkulturními formami lze konstatovat, že také i zde dochází k mírné změně. Oproti ročníku 1991 (kde hudební témata jasně převládala, viz graf č.2), v ročníku 1992 mají hudební témata

sice převahu, ale jiné popkulturní formy dostávají více prostoru než v ročníku předešlém (mnohem častěji se objevují například rubriky věnované módě či filmu). (viz graf číslo 7)



Graf č.7

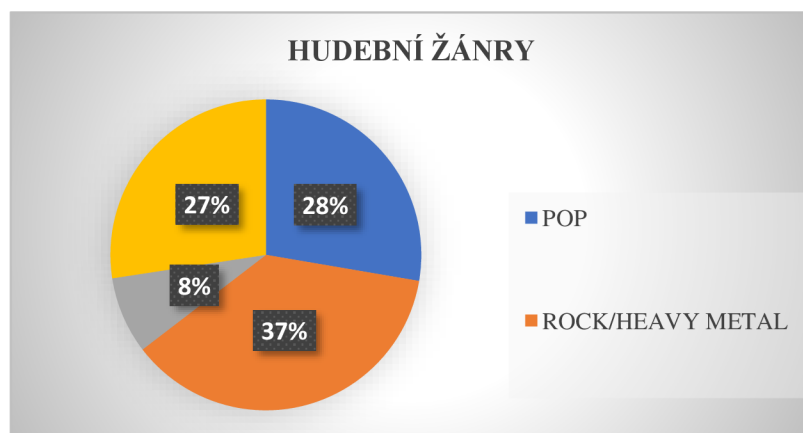
Součástí třetí roviny je analýza poměru mezi zahraničními a tuzemskými interprety. V této oblasti dochází v rámci ročníku 1992 k zásadní změně, neboť oproti ročníku 1991, se zde poprvé objevují také tuzemští interpreti. V tomto ročníku se objevuje podrubrika nazvaná „**Tři otázky pro**“, která byla věnována právě tuzemským interpretům, jako byli například Karel Gott, Lucie Bílá či Palo Habera. (viz graf číslo 8).



Graf č.8

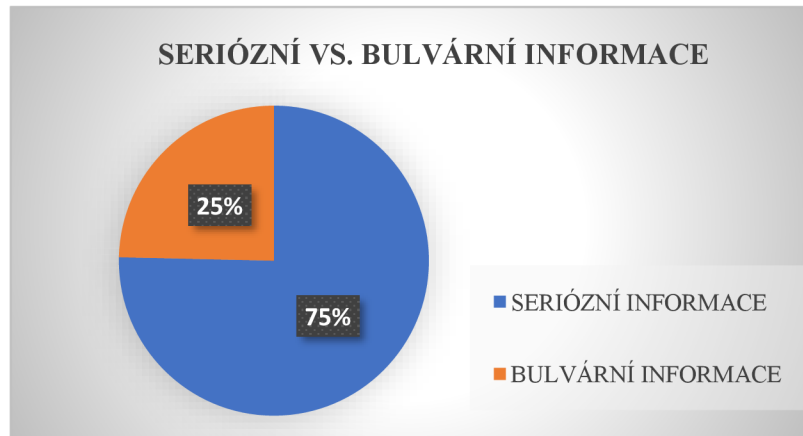
I v ročníku 1992 nalezneme širokou škálu interpretů nejrůznějších hudebních žánrů. Co se týče samotných žánrů, tak v ročníku 1992 převažoval hudební žánr Rock a Heavy metal (36,9 %), druhým nejčastějším žánrem byl pop (27,69 %). Osm procent z celkového hudebního (seriózně zaměřenému) obsahu tvořili okrajové hudební žánry, které byly v 90.letech na vzestupu a těšili se velké oblibě. Jednalo se o žánry jako například techno či acid house. Zbýlých 27,41 % jsou kombinací všech již výše zmíněných žánrů, které se objevovaly v rubrikách

Songbook či Nové desky a bylo obtížné je s procentuální přesností zařadit, a proto v grafu tvoří samostatnou skupinu. (viz graf číslo 9)



Graf č.9

V rámci této roviny, kde se také zabývám analýzou poměru mezi seriózně a bulvárně zpracovanými tématy mohu potvrdit, že podobně jako v prvním ročníku se redaktoři *Brava* zaměřovali ve větší míře na seriózní zprávy. Zprávy bulvárního charakteru tvořili zhruba třetinu celkového obsahu a je možno je považovat spíše za informace doplňkové. (viz graf číslo 10)



Graf č.10

## 5.2 RESUMÉ ROČNÍKU 1992

Ročník 1992 obsahoval celkem 12 čísel, v rámci tohoto ročníku se tedy jednalo o měsíčník, což se v průběhu let razantně proměnilo. Touto problematikou se budu zabývat v následujících kapitolách. I v případě ročníku 1992 se částečně jednalo o překlad z německého originálu, ale již s jistou invencí české redakce. Jak již bylo zmíněno výše, redakce se rozrostla o nové členy,

a celkově začalo periodikum *Brava* expandovat a těšit se co stálé větší čtenářské oblibě. Co se týče jazyka, podobně jako v ročníku 1991 nalezneme jak český, tak slovenský jazyk.

Obsahová stránka všech dvanácti čísel byla poměrně ustálená. Opět se objevovaly dvě základní skupiny témat, a to témata hudební a témata věnovaná jiným popkulturním formám. Procentuálně tvořili hudební témata 56,37 % a byly tak v převaze k tématům z oblasti mimo hudební sféru (jiné popkulturní formy 46,63 %). V rámci hudebních témat převažovala aktuální hudební produkce (100 %). V oblasti popkulturních forem byla převážná část věnována především mezilidským vztahům. K zásadní změně dochází v oblasti porovnání mezi zahraničními a tuzemskými interprety, neboť právě v ročníku 1992 poprvé dochází k zařazení tuzemských interpretů. V rámci hudebních žánrů převládá žánr rock a heavy metal (36,9 %), v těsném závěsu pak pop (27,69 %) a (8 %) ostatní hudební žánry, ve kterých redakce *Brava* reagovala na nově vzniklé hudební žánry jako například techno či acid house. Součástí poslední roviny, která byla analyzována je srovnání poměru mezi seriózními a bulvárními hudebními tématy. Na základě vypočítaných dat lze říci, že v ročníku 1992 převládají hudební témata a rubriky seriózního charakteru, konkrétně 75,36 %, zatímco informace bulvárního charakteru tvoří pouhých 24,64 %.

Lze tedy konstatovat, že v rámci ročníku 1992 jednak nalezneme spoustu společných znaků s ročníkem 1991, ale zároveň se zde objevuje i řada zásadních změn. Obecně by se dalo říci, že se částečně jednalo o německý překlad s jistou invencí české redakce, využit byl jak český, tak slovenský jazyk, obsahová stránka byla zaměřena především hudební témata, aktuální hudební produkci a seriózní zprávy a v rámci hudebních žánrů hrál nejdůležitější roli rock a pop.

## **6. ROČNÍK 1999 A JEHO OBSAH**

V průběhu devadesátých let, pod vlivem širokého rozšíření a s rostoucím zájmem o periodikum *Bravo*, dochází v roce 1999 k razantnějším změnám. První z nich se týká faktu, že ročník 1999 obsahoval celkem 26 čísel a z původního měsíčníku se stává čtrnáctideník. Také v rámci redakce a vydavatelství dochází k zásadním změnám. Ročník 1999 vychází pod vydavatelstvím *Europress* a z bývalých (výše uvedených) pracovníků redakce, zůstaly pouze dvě jména, a to Ivana Schůrková, která se stala šéfredaktorkou periodika a Květa Oherová, která v roce 1992 začínala v redakci jako sekretářka a v roce 1999 postoupila na post korektorky. Celkově se redakce periodika *Bravo* rozšířila o spoustu nových členů, ať už z řad editorů, korektorů či grafiků. Úplně novou sekci se stalo dopisové oddělení, o nějž se starala Alena Talafüsová. To

bylo zřízeno za účelem efektivnější komunikace mezi čtenáři a redakcí *Brava*, které ovšem kvůli rostoucímu vývoji sociálních sítí a technologií postupem ztrácelo na svém významu.

Obsahová stránka ročníku 1999 byla podobně jako v ročnících 1991 a 1992 poměrně konzistentní a strukturně ustálená. Je nutno ale zmínit, že od dvacátého čísla zvýšila redakce periodika počet stran, a to z původních 32 na 40 stran. Samotný obsah ročníku 1999 je možno rovněž rozdělit do dvou základních skupin. První skupinu tvoří témata zaměřená čistě na hudební scénu. Zde se objevují zprávy jak seriózní, tak i bulvární, velké spektrum různých hudebních žánrů i rubriky zaměřené na tuzemské interprety. Podobně jako v ročnících 1991 a 1992 zde nalezneme ustálené hudební rubriky jako **Songbook** (zde dochází k určité změně, kdy se v rámci této rubriky již neobjevují pouze zahraniční interpreti, nýbrž také tuzemští, například písně kapely Lunetic apod.), **Nové desky** či **Hit-Parády**. V ročníku 1999 se ale objevuje řada nových stálých hudebních rubrik. Nejvýraznější z nich byla rubrika nazvaná **Bravo Star**, která byla zaměřena na nově vzniklé interprety či hudební skupiny a základní informace o jejich tvorbě, plánovaných koncertech či nově vydaných deskách (například americká rocková kapela Bloodhound Gang). Další výraznou, nově vzniklou hudební rubrikou byla rubrika nazvaná **Live Report**, rubrika zaměřená na oficiální informace týkající uspořádaných koncertů, díky kterým si mohli recipienti přiblížit atmosféru jednotlivých hudebních vystoupení (například koncert české kapely Chinaski z Lucerna Music baru). Mezi další rubriky, které se objevovaly (byť ne v každém z 24 čísel) byla rubrika s názvem **Bravo Video Mix**, která poskytovala informace a fotografie z natáčených videoklipů (například videoklip kapely Kabát na píseň Učitel).

Do druhé skupiny pak spadaly témata z jiných popkulturních forem. Tedy rubriky zaměřené na mezilidské vztahy, filmový průmysl, módu či make-up. Podobně jako v ročnících 1991 a 1992 i zde je možno nalézt stálé rubriky zaměřené na mezilidské vztahy, dochází pouze k mírným změnám například v názvu rubriky jako například **Láska, sex a trápení** apod. I v ročníku 1999 jsou přítomny rubriky věnované filmovému průmyslu či módě. Objevují se také například rubriky věnované sportovcům (například v listopadovém dvacátém čtvrtém čísle reportáž z hokejového prostředí zaměřené na Jaromíra Jágra). Zásadnější změnou pak byly rubriky, které se věnovaly závažnějším a hlubším tématům, jako příklad můžeme uvést dvojstránku z třináctého čísla, která se věnuje osudu mladé dívky Besy, která líčí své zkušenosti s válkou v Kosovu. Poslední dvě výše uvedená témata nebyla součástí úplně každého čísla ročníku 1999, ale objevovala se poměrně často.

I v ročníku 1999 sehrála inzerce a reklama poměrně důležitou roli. Vzhledem k faktu, že periodikum *Bravo* bylo na konci devadesátých let na svém úplném vrcholu, bylo přirozené, že bylo atraktivní platformou pro různé reklamy a inzerce. Reklamy se objevovaly v hojnějším



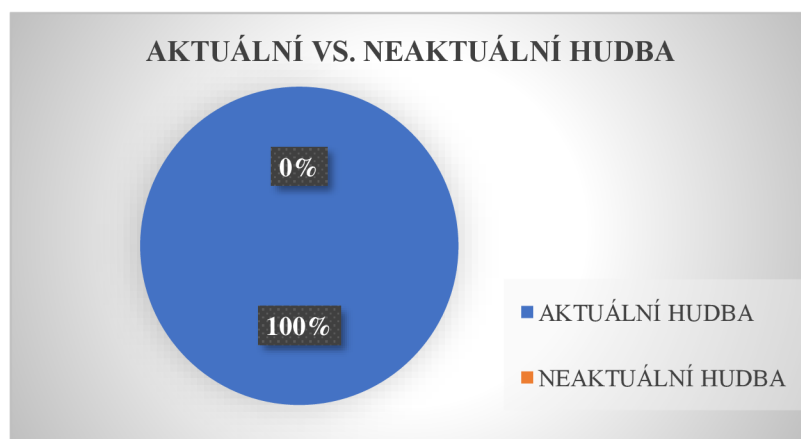
počtu, než tomu bylo v ročnících 1991 a 1992 a vzhledem k cílové skupině periodika byly zaměřeny především na dívčí hygienické či kosmetické potřeby, mimo to se zde také objevovaly reklamy zaměřené na technologické novinky.

Celkovou obsahovou stránku doplňuje samozřejmě i vizuální podoba periodika, která také prošla mírnými změnami. V porovnání s ročníky 1991 a 1992 měla redakce ročníku 1999 své vlastní grafiky, konkrétně Petru Střihavkovou a Tomáše Kejklíře. Na titulní straně se čím dál tím častěji začínali objevovat také tuzemští interpreti (například Václav Jelínek z kapely Lunetic). Celková vizuální podoba působila v porovnání s ročníky 1991 a 1992 mnohem více přehledněji.

## 6.1 HUDEBNÍ KONTEXT ROČNÍKU 1999

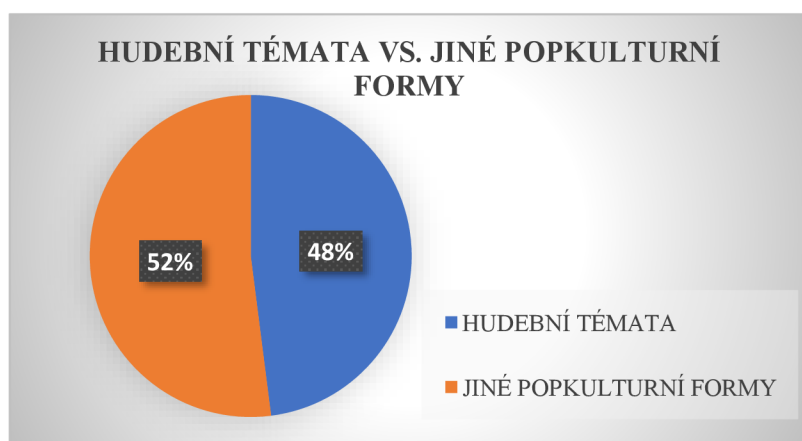
Hudební kontext ročníku 1999 bude opět analyzován skrze tři základní roviny. První rovinou je poměr mezi aktuální a neaktuální hudební produkcí, následuje poměr mezi hudebními tématy a jinými popkulturními formami a třetí rovinu pak tvoří analýza seriózních a bulvárních informací. V rámci této roviny se také zaměřím na poměr mezi zahraničními a tuzemskými interprety. Pozornost bude věnována také poměru jednotlivých žánrů, které se objevovaly v ročníku 1999.

V rámci první roviny, kdy analyzuji poměr mezi aktuální a neaktuální hudební produkcí nedochází oproti ročníku 1992 k žádné razantní změně, neboť podobně jako tomu bylo v ročníku 1992 i v ročníku 1999 se redakce *Brava* zabývala pouze aktuální hudební scénou. Větší prostor postupem času dostávaly ryze nově vzniklé hudební kapely či interpreti (například česká dívčí skupina Holki). Hudební interpreti, kteří započali svou kariéru například v 80. letech se také objevovali, ale již v menší míře. Naopak interpreti, jejichž počátek hudební kariéry spadá do 50.-60. let úplně absentují. (viz graf číslo 11)



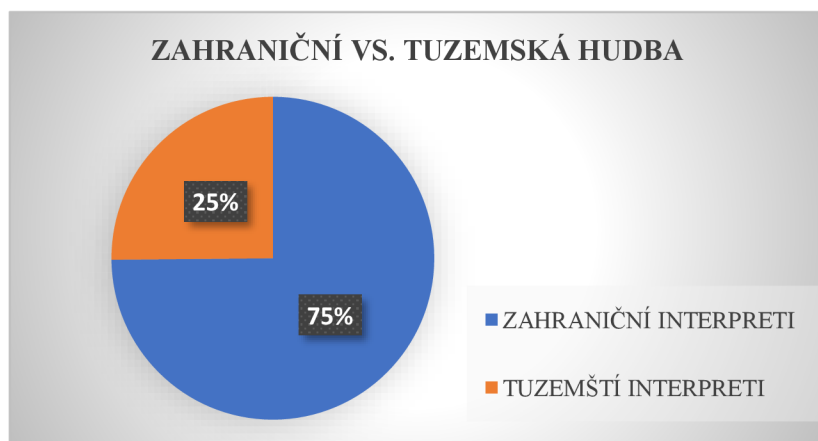
Graf č. 11

V rámci druhé roviny, kde je řešen poměr mezi hudebními tématy a jinými popkulturními formami dochází k razantnější změně. Oproti ročníku 1992 (kde hudební témata mírně převládala), v ročníku 1999 mají převahu témata jiných popkulturních forem. Více prostoru tedy dostávají rubriky zaměřené na mezilidské vztahy, filmový průmysl či módu. Hudební témata nejsou nijak výrazně upozaděna, ale procentuálně jsou v menší míře. (viz graf číslo 12)



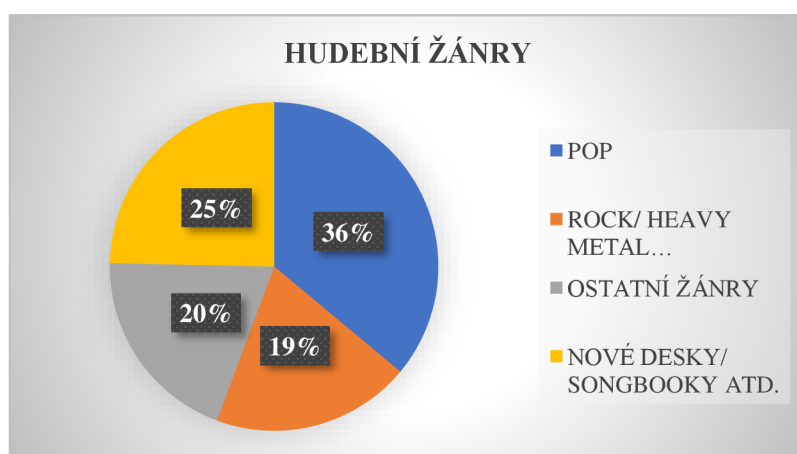
Graf č.12

Z hlediska třetí roviny, kdy se zaměřuji na obsahovost tuzemských a zahraničních interpretů mohu uvést, že dochází k poměrně zásadní změně, ke které musela redakce *Brava* přirozeně dospět. Velká popularita periodika měla za následek, že se více začali na stránkách periodika objevovat i tuzemští interpreti, ti v ročníku 1999 tvořili téměř čtvrtinu celkových hudebních témat. Objevují se dokonce přímo rubriky, které byly celé věnované právě tuzemským interpretům (například český boy-band Lunetic, dívčí kapela Holki, Lucie Bílá a řada jiných. (viz graf číslo 13).



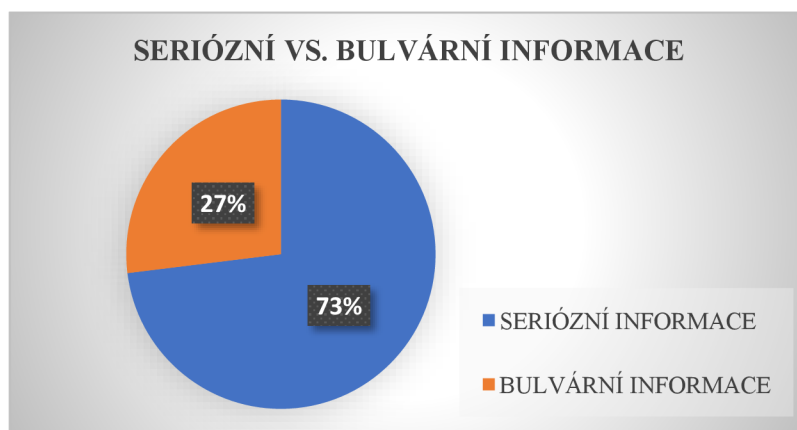
Graf č. 13

Vzhledem k povaze celého periodika je přirozené, že i v ročníku 1999 je možno nalézt širokou škálu hudebních žánrů. V rámci ročníku 1999 dochází k výraznějším změnám v porovnání s ročníkem 1992, kde převažoval rock, za ním stál hudební žánr pop a následovaly jiné hudební žánry (především R'n'B a hip-hop). V tomto ročníku převládá hudební žánr pop (36,06 %). Mnohem větší prostor pak dostávají jiné hudební žánry, a to především elektronická hudba či například funk (19,67 %), v těsném závěsu pak stojí hudební žánr rock/metal. Zbýlých 24,67 % jsou kombinací všech již zmíněných žánrů a jejichž přesné procentuální zařazení bylo obtížné z toho důvodu, že se objevovaly v rubrikách **Songbook** či **Nové desky**, a proto v grafu tvoří samostatnou skupinu (viz graf číslo 14).



Graf č. 14

Naopak u poměru seriózních a bulvárních témat, kdy redakce *Bravo* zaměřovala svou pozornost na seriózní či bulvární informace, nedochází v porovnání s ročníkem 1992 téměř k žádné změně. Podobně jako i v ročníku 1992, se větší míře objevují zprávy seriózního charakteru, zatímco bulvární zprávy tvoří zhruba třetinu. (viz graf číslo 15)



Graf č.15

## 6.2 RESUMÉ ROČNÍKU 1999

Ročník 1999 obsahoval celkem 26 čísel. Dochází ke změně pravidelnosti vydávání, neboť se ročník 1999 mění z měsíčníku na čtrnáctideník. Periodikum *Bravo* bylo na konci 90.let na svém vrcholu a těšilo se obrovské čtenářské popularitě. I z toho důvodu byla nucena redakce *Brava* přizvat na spolupráci další stálé členy (jak již bylo zmíněno v úvodu této části, objevila se například samostatná sekce grafiků či dopisové oddělení). Ke změně dochází i v rámci používaného jazyka, neboť na rozdíl od ročníku 1992 se v tomto ročníku setkáme pouze s českým jazykem.

Obsahová stránka ročníku 1999 byla (v porovnání s ročníkem 1992) o něco méně konzistentní. V různých číslech se měnily počty stran a jednotlivé rubriky (některé byly úplně vypuštěny, jiné například přidány pouze v některých číslech, některé se naopak staly stálými rubrikami). Podobně jako tomu bylo i v ročníku 1992 i zde se objevovaly dvě základní skupiny témat. Hudební témata a témata věnovaná jiným popkulturním formám. Zde dochází k výrazné změně, neboť jiné popkulturní formy (tedy rubriky zaměřené na mezilidské vztahy, filmový průmysl či módu) měli mírnou převahu (52,02 %). Z hlediska hudebních témat převládala aktuální hudební produkce, a to v celých 100 %. V rámci roviny, ve které jsme řešili poměr mezi seriózními a bulvárními hudebními tématy také nedochází k žádnému výraznému odklonu od ročníku 1992. Seriózní hudební témata tvořila 73,05 % veškerého hudebního obsahu. K výraznější změně ovšem dochází v oblasti poměru mezi zahraničními a tuzemskými interprety. Zatímco v ročníku 1992 jim bylo věnováno cca 1 %, v ročníku 1999 tvořili tuzemští interpreti téměř celou čtvrtinu, konkrétně 25,14 %.

V oblasti hudebních žánrů také dochází k výraznějším změnám. Zatímco v ročníku 1992 převládal rock a heavy metal, v ročníku 1999 má jistou převahu hudební žánr pop. Mnohem větší prostor dostávaly okrajové hudební žánry jako například elektronická hudba či funk (19,67 %).

Celkově lze konstatovat, že v ročníku 1999 nalezneme několik společných znaků s ročníkem 1992, ale zároveň lze vystopovat i razantní změny ke kterým docházelo. V ročníku 1999 je viditelná invence české redakce, objevoval se pouze český jazyk, obsahová stránka byla zaměřena ve větší míře na jiné popkulturní formy, aktuální hudební produkci a převládaly seriózní informace. V rámci hudebních žánrů převládal žánr pop a větší prostor začaly dostávat také jiné hudební styly.

## 7. DOTAZNÍK

Jak již bylo zmíněno v úvodu, komplementárním prvkem této bakalářské práce je mnou vytvořený dotazník, kterému se budu podrobněji věnovat v následující části. Tato kapitola je rozdělena do několika dalších, menších podkapitol. Součástí první podkapitoly je deskripce samotné struktury dotazníku – tedy z kolika a z jakých otázek byl dotazník sestaven. Prostřednictvím této části je také přiblížena metoda získávání potřebných dat – jakým způsobem byl dotazník šířen a kolik respondentů se účastnilo jeho vyplnění. Závěrem této kapitoly jsou prezentovány jednotlivé výsledky dotazníkového šíření a společně s tím, také výsledek týkající se hlavního cíle dotazníku. Jednotlivé odpovědi jsou znázorněny za pomoci grafů, které poslouží k lepší vizualizaci získaných výsledků. Nutné je také zmínit, že dotazník byl anonymní. V příloze bakalářské práce budou zahrnuty tři vzorové dotazníky z tří zkoumaných věkových skupin. (viz příloha 1., příloha 2., příloha 3.)

### 7.1 DESKRIPCE STRUKTURY DOTAZNÍKU

Předkládaný dotazník se skládá z šesti, mnou vytvořených a koncipovaných otázek. Tyto otázky je možno rozdělit do jednotlivých tematických okruhů. Nejprve se jedná o otázky, které se týkají obecných informací. Další skupinou otázek jsou ty, které se zaměřují na samotný časopis *Bravo* a jeho recepci. Do prvního zmíněného okruhu spadají otázky obecného charakteru – tedy dotazy týkající se pohlaví a věku respondentů. V rámci věku bylo zkoumáno, do jaké věkové kategorie se jednotliví respondenti hlásí. Jsou to věkové skupiny poměrně širokého rozptylu, tedy 20 až 35 let, 35 až 50 let a 50+. Součástí druhé skupiny jsou otázky týkající se vztahu respondentů k časopisu *Bravo*. Přehled položených dotazů, předkládám níže.

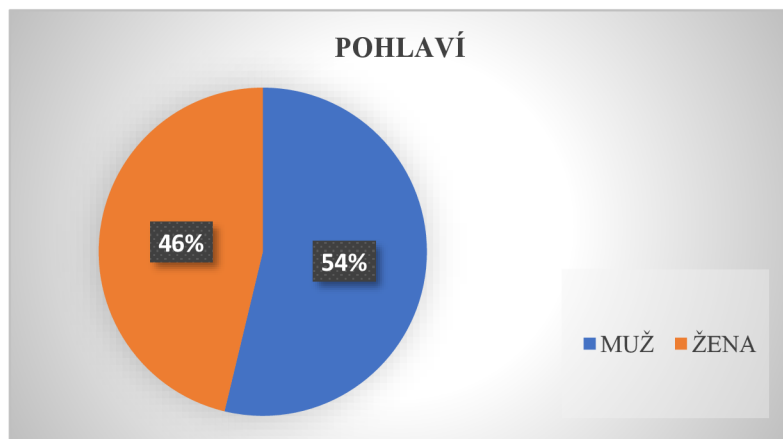
1. Časopis *Bravo* mě zajímal kvůli?
2. V rámci hudebního obsahu mě zajímaly články?
3. V rámci hudebních rubrik mě nejvíce zajímaly?
4. Vybavujete si články o českých či slovenských interpretech?

V rámci výše zmíněných otázek měli respondenti možnost vybrat si jednu či více odpovědí. Za prioritní otázku v tomto ohledu považuji otázku číslo jedna. Této otázce bude věnován v následující části nejvíce prostoru, a to z toho důvodu, že pokrývá záměr toho, proč byl tento dotazník vytvořen. Hlavním cílem průzkumu je zjistit z jakého důvodu byl časopis *Bravo* u

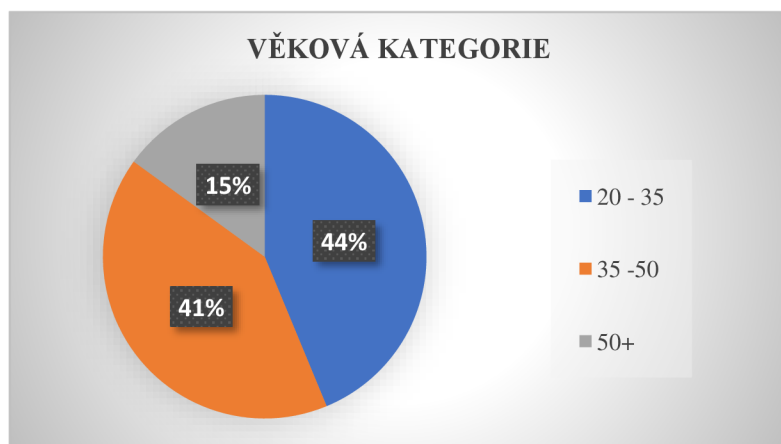
vybraného vzorku obyvatelstva populární. Zda jeho popularita byla závislá na prezentovaném hudebním obsahu či naopak na zaměření periodika na nejrůznější informace z rozličných popkulturních sfér – tedy kinematografie, módní trendy, pikantní rozhovory etc.

## 7.2 METODA ŠÍŘENÍ A VÝSLEDKY PRŮZKUMU

Dotazník byl (poměrně nezvykle) distribuován v papírové podobě, a to hned z několika prostých důvodů. Jedním z důvodů byl fakt, že tímto způsobem se dotazník dostal do rukou více jedincům různého pohlaví, a hlavně různým věkovým kategoriím, nežli by tomu bylo u elektronické podoby dotazníku. Při tvorbě dotazníku jsem pracovala s předpokladem, že sociální sítě využívá primárně věková skupina 20 až 35 let. Dotazníků bylo vytvořeno a rozšířeno 100. Z celkového počtu vytvořených dotazníků jsem pracovala s 80 z nich Zbylých 20 nebylo pro mou sondu relevantní, jelikož nebyly vyplněny řádným způsobem, chyběly v nich údaje a tím pádem nebylo možno s nimi pracovat. Dotazník vyplnilo 43 osob ženského pohlaví a 37 osob pohlaví mužského (viz graf číslo 16). Jak jsem již zmiňovala v rámci dotazovaných mne zajímal také věk respondentů. Na základě nasbíraných dat tento dotazník vyplnilo 35 recipientů, kteří se zařadili do věkové skupiny 20 až 35 let. Dále pak 33 respondentů, hlásící se k věkové kategorii 35 až 50 let. Zbylých 12 zúčastněných byli jedinci ve věkové kategorii 50+. (viz graf číslo 17)

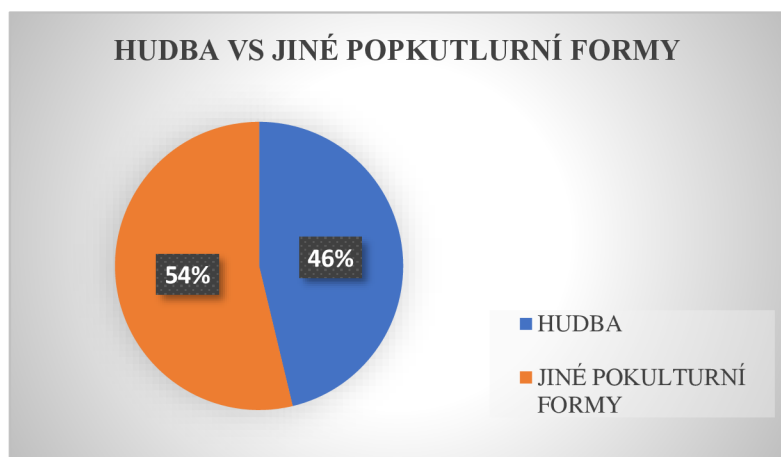


Graf č.16



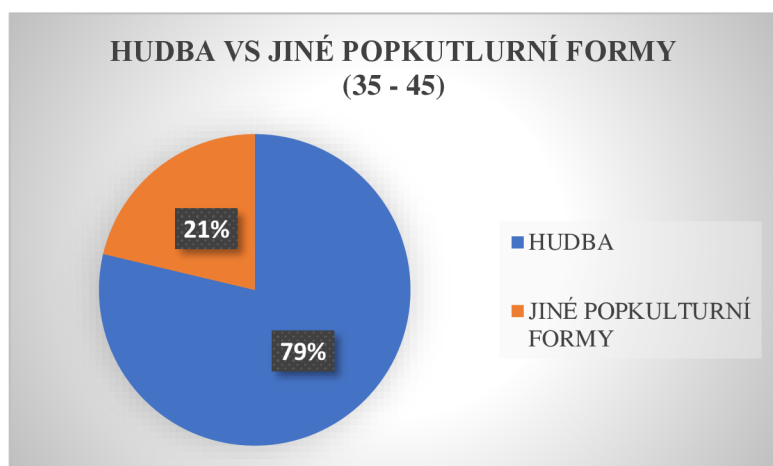
Graf č. 17

Jak již bylo výše zmíněno, zbylé otázky tohoto dotazníku se týkaly samotného periodika jeho recepce a odebírání čtenáři. Prioritní postavení v tomto spektru měla otázka „Časopis *Bravo* mě zajímal kvůli.“ Respondenti měli možnost vybrat jednu ze dvou uvedených odpovědí – tedy zda je časopis zajímavý kvůli jiným popkulturním formám nebo kvůli hudebnímu obsahu. Z celkového počtu 80 dotazovaných si zvolilo 43 respondentů odpověď první – tedy časopis *Bravo* je primárně zajímavý kvůli jeho zaměření na jiné popkulturní formy. Zbylých 37 dotazovaných zvolilo druhou odpověď – kvůli hudebnímu obsahu. (viz graf číslo 18)



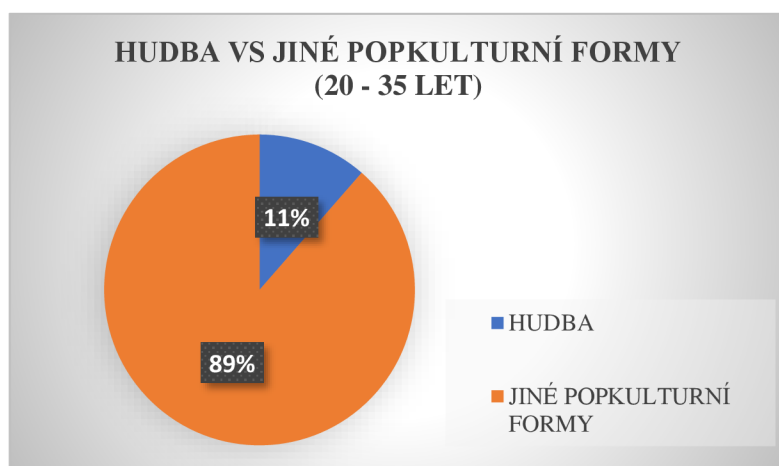
Graf č. 18

Nicméně v rámci této prioritní otázky je zapotřebí zmínit fakt, že respondenti nacházející se ve věkové kategorii 35 až 50 let časopis odebírali hlavně kvůli jeho zaměření na hudební zpravodajství, nikoli kvůli jiným popkulturním formám. Z celkového počtu 80 dotazovaných se v této věkové kategorii nacházelo 33 a z toho 26 zvolilo, že středem jejich zájmu v rámci tohoto časopisu byla právě hudba (viz graf číslo 19).



Graf č. 19

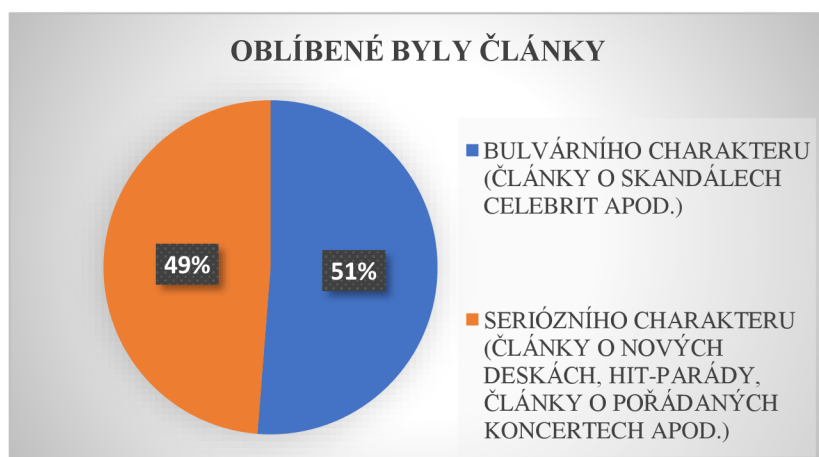
Naopak respondenti spadající do věkové kategorie 20 až 35 let upřednostňovali převážně články, jež byly zaměřeny na jiné popkulturní formy. (viz graf číslo 20)



Graf č. 20

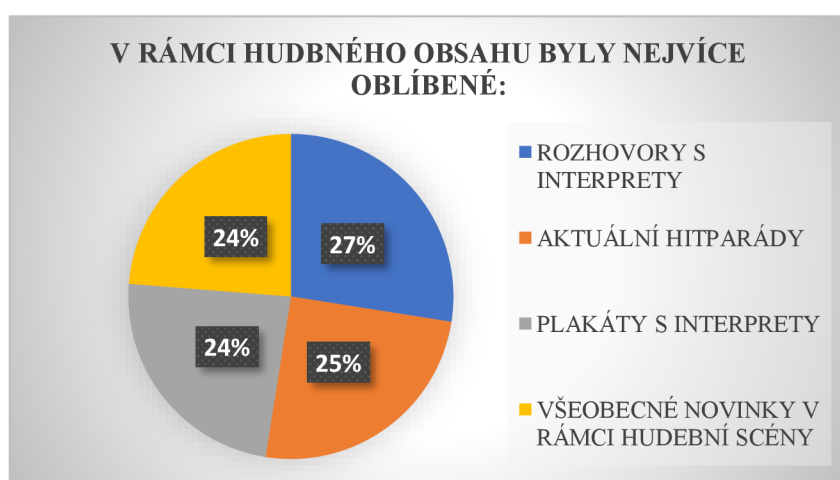
V dotazníku se nacházely i otázky, které byly spíše doplňkového charakteru. Právě i z tohoto důvodu je reflexi těchto otázek věnováno méně prostoru. Jedna ze zmíněných otázek se zaměřovala na to, zda byl časopis u respondentů populární kvůli jeho seriózním či naopak bulvárním rubrikám. Na základě vytěžených dat lze uvést, že z celkového počtu respondentů odpovědělo 41 dotazovaných, že se primárně zajímali o rubriky serióznějšího charakteru. Zbylých 39 respondentů se naopak zajímalo o články bulvárního typu. (viz graf číslo 21)





Graf č. 21

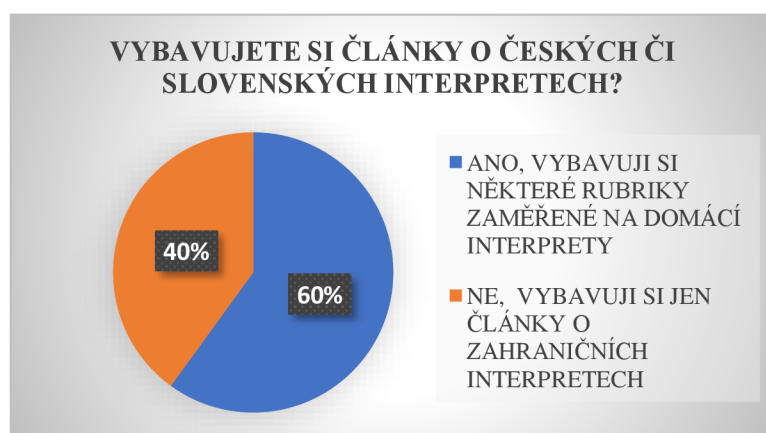
Další komplementární otázka se zaměřovala na samotný zájem respondentů v rámci hudebního obsahu. Z jakých důvodů pro ně bylo periodikum lákavé. Zda to bylo převážně díky vyskytujícím se rozhovorům s interprety, rubrikám aktuálních hitparád, všeobecných novinek v rámci hudební scény či přikládaným plakátům s interprety. Dle vytěžených dat lze konstatovat, že u dotazovaných jedinců převažoval zájem o rozhovory s interprety. Tuto odpověď si zvolilo 22 dotazovaných. Na pomyslném druhém místě se umístily rubriky aktuálních hitparád. Tuto odpověď si zvolilo 20 dotazovaných. Na otázku, zda je lákaly plakáty s interprety odpovědělo kladně 19 dotazovaných. Stejný počet respondentů pak také zvolilo odpověď poslední – tedy, že je zajímaly všeobecné novinky v okruhu hudební scény. (viz graf číslo 22)



Graf č.22

Poslední otázka této skupiny se zaměřovala na to, jaký počet respondentů si s časopisem *Bravo* spojuje kromě zahraničních interpretů také osobnosti tuzemské scény. Na základě získaných dat si z celkového počtu 80 respondentů české či případně slovenské interprety

vybavuje 48 dotazovaných. Zbýlých 32 dotazovaných si rubriky zaměřené na domácí scénu nevybavuje vůbec. (viz graf číslo 23)



Graf č.23

## 7.2 SHRNUTÍ VÝSLEDKŮ PRŮZKUMU

V rámci této podkapitoly budou shrnuta nasbíraná a po analýze upravená data. Ve zkratce budou také porovnány dvě dominantní věkové kategorie, jež zastupoval obdobný počet respondentů.

Z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že u oslovených respondentů bylo periodikum oblíbené díky jeho zaměření na jiné popkulturní formy. Respondenti tedy spíše inklinovali k rubrikám, které byly zaměřené na kinematografii, mezilidské vztahy, módní trendy etc. Na tuto skutečnost poukazují odpovědi, které okruh respondentů uvedl. Je však nutno uvést fakt, že u většiny respondentů, kteří se věkově pohybovali mezi 35 až 50 lety, byl časopis *Bravo* oblíben naopak kvůli svému hudebnímu zaměření. Naopak u mladší věkové kategorie – v tomto případě se jedná o respondenty mezi 20 až 35 lety – bylo periodikum populární díky jiným popkulturním formám. Zároveň jedince, kteří spadali do věkové kategorie 35 až 50 let, zajímaly v rámci hudebního obsahu spíše rubriky serióznějšího charakteru, kam spadaly články zaměřující se na hudební aktuality různého druhu. Například šlo o informace týkající se pořádaných koncertů či nejrůznější hudebních počínů interpretů (jako nově vydané písně či desky, popřípadě vinyly). Naopak respondenty spadající do věkové kategorie 20 až 35 let, zajímaly v rámci hudebního obsahu spíše rubriky bulvárního charakteru. Jako například informace týkající se nejrůznějších skandálů či milostných vztahů hudebních interpretů. U stejné věkové skupiny se vyskytovaly konotace s časopisem *Bravo* napojené právě na zahraniční hudební scénu. V průměru menší část dotazovaných si asociuje *Bravo*, jako časopis

zaměřený na tuzemskou scénu (českoslovenští interpreti). Naopak u starší věkové kategorie lze pozorovat nárůst povědomí o člancích domácích interpretů.

Na základě výše uvedených dat lze konstatovat, že skupinu respondentů tvořili převážně dvě dominantní věkové kategorie – tedy lidé ve věku 20 až 35 let a respondenti spadající do věkové kategorie 35 až 50 let. Prostřednictvím srovnání těchto dvou dominantních, věkově odlišných skupin můžeme spatřit značný rozdíl mezi jednotlivými odpověďmi těchto dvou kategorií. Nemohu ale opomenout třetí skupinu, která se rovněž podílela na odpovědích. Jde o respondenty ve věku 50+. V této věkové kategorii se nacházelo z celkového počtu 80 dotazovaných, pouhých 12 jedinců. Tento poměrně malý vzorek je i důvodem toho, proč nebyla detailněji srovnávaná získaná data. Zjednodušeně řečeno tato ne-početná skupina jedinců spíše má v mém dotazníku spíše sekundární postavení (v porovnání s dominantními skupinami).

Nicméně dle nasbíraných dat lze ve zkratce uvést, že odpovědi tohoto okruhu respondentů více inklinovaly s odpověďmi dotazovaných jedinců věkové skupiny 35 až 50 let. Z toho plyne, že u respondentů nacházejících se ve věkovém rozmezí 50+ převládal v rámci hudebního obsahu zájem o články serióznějšího charakteru. Dále si také většina respondentů vybavovala v periodiku československé interprety a samotný časopis *Bravo* pro ně byl atraktivní díky zaměření na hudební zpravodajství.

## 8. ZÁVĚR

Tato předkládaná bakalářská práce se zabývala nástupem časopisu *Bravo* na československé území. Následně také demonstrací stylových, obsahových a jiných změn, ke kterým docházelo během adaptace časopisu *Bravo* na naše území. Původně německý časopis *Bravo* prošel dlouhým vývojem. Jak již bylo zmíněno na předešlých stránkách, periodikum *Bravo* se z počátku orientovalo na filmovou a televizní produkci, avšak postupem času se jeho záběr měnil a rozšiřoval. Větší prostor začala dostávat i jiná témata, mezi která patřila také populární hudba či mezilidské vztahy.

V momentě, kdy se časopis začal adaptovat na naše území, stále ještě neměl ustálenou formu. Postupnou asimilací na našem území se například v časopise ustálil používaný jazykový kód, kterým byla v tomto případě čeština. V počátečních ročnících se v časopise vyskytovaly ještě i jiné jazykové kódy, jako byla například slovenština.

V rámci hudebního obsahu se redakce časopisu *Bravo* snažila reagovat na tehdejší hudební trendy, proto dávala větší prostor těm interpretům, kteří se pohybovali v daném období na vrcholu hudebního žebříčku, a to jak v ročníku 1992, tak i v ročníku 1999. Nesoučasní

interpreti, kteří se nenacházeli na vrcholu hudebního žebříčku, ale určitým způsobem zasahovali do námi sledované časové periody se v časopise objevovali spíše sporadicky (například Little Richard). Redakce *Brava* se tedy spíše orientovala na dobově současné a nově etabloující se interprety. V pozdějších ročnících se redakce začala věnovat více i tuzemské hudební scéně. V ročníku 1999 časopisu *Bravo* však stále převládají rubriky zaměřující se převážně na zahraniční scénu, nicméně se zde objevuje větší kvantum článků, jež jsou věnovány tuzemské hudební scéně, než tomu bylo v počátečních ročnících, což je jeden z hlavních rozdílů mezi komparovanými ročníky.

Komparativní část této práce byla primárně zaměřena na postavení populární hudby v časopise *Bravo*. Jedna z otázek, kterou v rámci své práce považuji za primární se týkala toho, jaký je samotný poměr referování o populární hudbě, a to konkrétně v porovnání s poměrem referování o jiných popkulturních formách. Na základě získaných informací je možno říci, že v ročníku z roku 1992 převažují rubriky zaměřující se na hudební témata. Nicméně v ročníku 1999 spatřujeme proměnu. Hudební témata ustupují rubrikám, které se věnují jiným popkulturním formám (například rubriky typu: Láska, sex a trápení, Kino news). Tudíž je možno konstatovat, že v pozdních číslech časopisu *Bravo* byl větší prostor věnován článkům a rubrikám týkajících se mezilidských vztahů, filmového průmyslu či módním trendům. Další otázka se týkala charakteru rubrik, které se zaměřovaly na hudební sféru. Akcent byl kladen na to, zda jsou obsažené informace bulvárního či naopak seriózního charakteru. Na základě výše uvedených informací můžeme uvést, že rubriky zaměřující se na populární hudbu, měly ve většině případů spíše seriózní charakter. To znamená, že se články ve sledovaných ročnících věnovaly spíše jednotlivým hudebním skladbám, pořádaným koncertům či obsahovaly všeobecné informace o hudebních počinech daných interpretů. Bulvární informace se zde objevovaly spíše sporadicky, a to platí jak pro ročník 1992, tak pro ročník 1999.

Doplňkovou částí této bakalářské práce byl mnou vytvořený a koncipovaný dotazník. Na základě této kulturně-hudební sondy bylo možno odpovědět na poslední stanovenou otázku. Hlavním cílem dotazníku bylo získat odpověď na otázku týkající se samotného důvodu, proč byl časopis *Bravo* u respondentů populární. Zda byl časopis oblíbený převážně díky svému zaměření na jiné popkulturní formy či naopak právě díky svému hudebnímu obsahu. Na základě vytěžených dat je možno uvést, že časopis byl u dotazovaných oblíbený kvůli zaměření na popkulturní obsah. Nicméně je nutno, ale také uvést fakt, že většin dotazovaných, kteří se pohybovali ve věkové kategorii 35 až 50 let měli časopis *Bravo* v oblíbě, právě kvůli jeho hudebnímu zaměření.

## ANOTACE

Jméno a příjmení:	Michaela Tomšů
Název katedry:	Katedra muzikologie
Název fakulty:	Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci
Název bakalářské práce:	Analýza časopisu pro mládež <i>Bravo</i> v letech 1992 a 1999 se zaměřením na hudební obsah
Vedoucí práce:	Mgr. Jan Blůml, Ph.D.
Počet znaků:	78 168
Počet příloh:	3
Počet titulů použité literatury:	13 (literatura), 9 (elektronické zdroje), 4 (kvalifikační práce)
Klíčová slova:	periodikum, mládež, devadesátá léta, časopis pro mládež, hudební produkce, populární hudba, popkultura

### Anotace:

Bakalářská práce s názvem „*Analýza časopisu pro mládež Bravo v letech 1992 a 1999 se zaměřením na hudební obsah*“ se zabývá analýzou a komparací vybraných ročníků časopisu *Bravo*, které vycházely v devadesátých letech 20. století. Práce je rozdělena na dvě části. První část analytická – je zaměřena na definici klíčových pojmů a na historii časopisu *Bravo*. Součástí kapitoly je deskripce geneze časopisu *Bravo*, stručné uvedení politicko-kulturního kontextu a analýza ročníku 1991. Druhá část práce je zaměřena na deskripci a následnou komparaci ročníku 1992 a 1999. V této komparativní části bude primárně zkoumán poměr hudby a jiných popkulturních forem vyskytujících se v časopise. Dále také charakter jednotlivých hudebních rubrik či srovnání československé a zahraniční hudební scény. Cílem této části je popis a registrace změn, které u vybraných ročníků nastaly.

## 9. RESUMÉ

Časopis *Bravo* se řadil do skupiny nejčtenějších periodik se zaměřením na mladé čtenáře v České republice. Počátky tohoto časopisu spadají do roku 1959, kde se poprvé objevil s podtitulem „časopis pro film a televizi“. Na titulní straně se objevili oblíbení filmoví herci jako Richard Widmark či Marilyn Moonroe. Postupem času se tematický okruh periodika rozšířil a větší prostor začaly dostávat i jiné popkulturní oblasti, včetně populární hudby. Časopis lákal své čtenáře svým širokým zaměřením, různým charakterem témat (bulvární či seriózní články) či grafickou úpravou. Čtenáři se mohli dozvědět o nových trendech v rámci technologií, kinematografie, módy či hudby. Dále se zde pak objevovaly informace o počinech celebrit, jako vydání nových alb či videoklipů.

Na československém trhu se periodikum poprvé objevilo roku 1991, jako mutace německého originálu. Postupnou adaptací se stávalo jakousi autonomní jednotkou, která si do jisté míry tvořila vlastní obsah v nezávislosti na německý originál.

Tato práce je zaměřena na analýzu a komparaci vybraných ročníků časopisu *Bravo*. Primární cíl práce je uvést postavení populární hudby a v rámci komparovaných ročníků demonstrovat rozdíly a změny, ke kterým docházelo. Práce je rozdělena na dvě části – analytickou a komparativní. Analytická část je zaměřena na stručný popis historie časopisu *Bravo* s čímž úzce souvisí i jeho nástup na naše území a deskripce prvního vydání z roku 1991. Druhá část je komparativního charakteru. Tato část se zaměřuje na deskripci a následnou komparaci ročníků 1992 a 1999. V této části práce je zkoumán poměr hudby a jiných popkulturních forem vyskytujících se v časopise. Dále také charakter jednotlivých hudebních rubrik a poměr obsahu, který se zaměřuje na československé a zahraniční interprety. Cílem této části je popis, demonstrace a registrace změn, ke kterým v rámci zkoumaných ročníků docházelo. Součástí závěru práce jsou také získané informace z dotazníkového šetření a celkové shrnutí výsledků.

## SUMMARY

*Bravo* magazine was one of the most widely read periodicals with a focus on young readers in the Czech Republic. The magazine's origins date back to 1959, when it first appeared with the subtitle "a magazine for film and television". Popular film actors such as Richard Widmark and Marilyn Moonroe appeared on the cover. Over time, the subject matter of the periodical expanded and other areas of pop culture, including popular music, began to receive more space. The magazine attracted its readers with its broad focus, the different nature of its topics (tabloid or serious articles) and its graphic design. Readers could learn about new trends in technology, cinema, fashion or music. In addition, there was information about celebrity achievements, such as the release of new albums or music videos.

The periodical first appeared on the Czechoslovak market in 1991, as a mutation of the German original. Through gradual adaptation, it became a kind of autonomous unit, which to some extent created its own content independently of the German original.

This paper focuses on the analysis and comparison of selected editions of *Bravo* magazine. The primary aim of the thesis is to indicate the position of popular music and to demonstrate the differences and changes that occurred within the yearbooks being compared. The thesis is divided into two parts - analytical and comparative. The analytical part focuses on a brief description of the history of the magazine *Bravo*, which is closely related to its arrival on our territory, and a description of the first issue in 1991.

The second part is comparative. This part focuses on the description and subsequent comparison of the 1992 and 1999 editions. This part of the thesis examines the relationship between music and other pop culture forms appearing in the magazine. It also examines the nature of the individual music sections and the proportion of content that focuses on Czechoslovak and foreign performers. The aim of this section is to describe, demonstrate and register the changes that occurred within the editions examined. The conclusion of the thesis also includes the information obtained from the questionnaire survey and an overall summary of the results.

## ZUSAMMENFASSUNG

Die Zeitschrift *Bravo* war eine der meistgelesenen Zeitschriften in der Tschechischen Republik, die sich an junge Leser richtete. Die Ursprünge des Magazins gehen auf das Jahr 1959 zurück, als es erstmals mit dem Untertitel "ein Magazin für Film und Fernsehen" erschien. Beliebte Filmschauspieler wie Richard Widmark und Marilyn Moonroe erschienen auf dem Cover. Im Laufe der Zeit erweiterte sich das Themenspektrum des Magazins, und andere Bereiche der Popkultur, einschließlich der populären Musik, erhielten mehr Raum. Das Magazin lockte seine Leser mit seiner breiten Ausrichtung, der Unterschiedlichkeit seiner Themen (Boulevard- oder seriöse Artikel) und seiner grafischen Gestaltung. Die Leser konnten sich über neue Trends in den Bereichen Technik, Kino, Mode oder Musik informieren. Außerdem gab es Informationen über die Erfolge von Prominenten, z. B. über die Veröffentlichung neuer Alben oder Musikvideos.

Die Zeitschrift erschien erstmals 1991 auf dem tschechoslowakischen Markt und war eine Abwandlung des deutschen Originals. Durch schrittweise Anpassung wurde sie zu einer Art eigenständiger Einheit, die in gewissem Maße unabhängig vom deutschen Original ihren eigenen Inhalt schuf.

Die vorliegende Arbeit konzentriert sich auf die Analyse und den Vergleich ausgewählter Ausgaben der Zeitschrift *Bravo*. Vorrangiges Ziel der Arbeit ist es, die Stellung der populären Musik aufzuzeigen und die Unterschiede und Veränderungen innerhalb der zu vergleichenden Jahrbücher zu verdeutlichen. Die Arbeit gliedert sich in zwei Teile - einen analytischen und einen vergleichenden. Der analytische Teil konzentriert sich auf eine kurze Beschreibung der Geschichte der Zeitschrift *Bravo*, die eng mit ihrem Erscheinen in unserem Land verbunden ist, und eine Beschreibung der ersten Ausgabe im Jahr 1991. Der zweite Teil ist vergleichend. Dieser Teil konzentriert sich auf die Beschreibung und den anschließenden Vergleich der Ausgaben von 1992 und 1999. In diesem Teil der Arbeit wird das Verhältnis zwischen Musik und anderen Formen der Popkultur, die in der Zeitschrift erscheinen, untersucht. Er untersucht auch den Charakter der einzelnen Musikrubriken und den Anteil der Inhalte, die sich auf tschechoslowakische und ausländische Interpreten konzentrieren. Ziel dieses Abschnitts ist es, die Veränderungen innerhalb der untersuchten Ausgaben zu beschreiben, aufzuzeigen und zu registrieren. Den Abschluss der Arbeit bilden die aus der Fragebogenerhebung gewonnenen Informationen und eine Gesamtzusammenfassung der Ergebnisse.



## 10. SOUPIS PRAMENŮ A LITERATURY

### Seznam použitých pramenů

Časopis Bravo, ročník 1, čísla 1-3, rok vydání 1991.

Časopis Bravo, ročník 2, čísla 1-12, rok vydání 1992.

Časopis Bravo, ročník 9, čísla 1–26, rok vydání 1999.

### Seznam použité literatury

OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3., rozš., vyd. Praha: Libri, 2007. 263 s.

SMOLÍK, Josef. *Subkultury mládeže: uvedení do problematiky*. Praha: Grada, 2010. 281 s.

PRŮCHA, Jan, Jiří MAREŠ a Eliška WALTEROVÁ. *Pedagogický slovník*. 4., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2003. 322 s.

MATZNER, Antonín, Ivan POLEDŇÁK a Igor WASSERBERGER. *Encyklopedie jazzu a moderní populární hudby. [Díl 1]. Část věcná*. 2. dopl. vyd. Praha: Supraphon, 1983, 415 s.

REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004. 327 s.

MACHEK, Jakub. *Počátky populární kultury v českých zemích: tištěná média a velkoměstská kultura kolem roku 1900*. Příbram: Pistorius & Olšanská, 2017. 283 s.

KONČELÍK, Jakub, Pavel VEČEŘA a Petr ORSÁG. *Dějiny českých médií 20. století*. Praha: Portál, 2010. 310 s.

POSPÍŠIL, Ivo. *Česko-slovenské reflexe: 1968: (jazyk – literatura – kultura)*. Brno: Tribun EU, 2009. Brněnské texty k slovakistice. 228 s.

RIEDEL, Jaroslav. *Kritik bez konzervatoře: rozhovor s Jiřím Černým*. Třetí vydání. Praha: Galén, [2015], 342 s.

BENDA, Josef. *Vlastnictví periodického tisku v České republice v letech 1989-2006*. Praha: Karolinum. 2007. 273 s.

JIRÁK, Jan. *10 let v českých médiích*. Praha: Portál pro Newton Information Technology, 2005. 142 s.

BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. 391 s.

BARTOŠEK, J.: *Základy žurnalistiky*. Univerzita Tomáše Bati, Zlín 2002, 109 s. Učební texty vysokých škol.

### **Elektronické zdroje**

*Britannica, The Editors of Encyclopaedia. "popular music". Encyclopedia Britannica, 18 Aug. 2021* [online]. Dostupné z www: <https://britannica.com/art/popular-music>.

*ThePoeopleHistory.com*. Dostupné z WWW: <https://thepeoplehistory.com/90smusic.html>.

ŠTĚPÁNEK, Ondřej. *Transformace československého hudebního průmyslu na počátku 90. let 20. století*. Acta Musei Nationalis Pragae – Historia. Prague: National Museum, 2020, 74(3-4), 56–67. DOI: <https://doi.org/10.37520/amnph.2020.015>. ISSN 2570-6845 (print), 2570-6853 [online]. Also available from: <https://publikace.nm.cz/en/periodicals/acta-musei-nationalis-pragae-historia/74-3-4/transformace-ceskoslovenskeho-hudebniho-prumyslu-na-pocatku-90-let-20-stoleti>.

ZAHRÁDKOVÁ, M. *Čtvrtstoletí českých médií. Díl první (1989-1993)* [online]. Týden. Praha: Empresa Media. 14.02.2013. Dostupné na www: [https://tyden.cz/rubriky/tisk/ctvrtstoletici-ceskych-medii-dil-prvni-1989-1993\\_261374.html](https://tyden.cz/rubriky/tisk/ctvrtstoletici-ceskych-medii-dil-prvni-1989-1993_261374.html).

VOJTĚCHOVSKÁ, M: *Kdy se vyplatí časopisecké licence?* Internetové stránky. Hospodářské noviny [online]. Praha. Economia. Dostupné na www: <http://life.ihned.cz/c1-20973640-kdy-se-vyplati-casopisecke-licence>.

TILSNER, T.: *50 Jahre BRAVO von Archiv der Jugendkulturen e. V.*, 2 vydání, Bad Tölz 2006 [online]: 50 Jahre Bravo – Archiv der Jugendkulturen e. V. Dostupné na www: <https://jugendkulturen.de/id-50-jahre-bravo.html>.

ŠTEFEK, J. *Před 60 lety vyšlo první číslo legendárního časopisu Bravo* [online]. Reflex. Praha: Czech News Center. 26. srpna 2016. Dostupné na www:

<https://reflex.cz/clanek/kultura/74376/pred-60-lety-vyslo-prvni-cislo-legendarniho-casopisu-bravo.html>.

POTŮČEK Jan. *Zemřel zakladatel a dlouholetý moderátor Nočního proudu Jakub Jakoubek* [online]. Lupa. Praha. 11.06.2013. Dostupné z www: <https://lupa.cz/clanky/zemrel-zakladatel-a-dlouholety-moderator-nocniho-proudu-jakub-jakoubek/>.

MÜLLER. Chris. *Die Zietschrift BRAVO poster*. [online]. Dostupné na www: <https://bravo-archiv.de/bravoposter-1.php>.

### **Kvalifikační práce**

MATOUŠEK, Daniel. *Gramofonový průmysl v komunistickém Československu se zaměřením na dobu tzv. normalizace* Brno, 2013. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta.

PASTIRČÁK, Marcel. *Česká mainstreamová populární hudba devadesátých let 20. století pohledem hudební analýzy*. Olomouc, 2023. Disertační práce. Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta.

ŠRAJER, Petr. *Hudební dramaturgie českých soukromých rozhlasových stanic devadesátých let na příkladu Radia Faktor*. Olomouc, 2022. diplomová práce (Mgr.). Univerzita Palackého v Olomouci. Filozofická fakulta.

MIŠÍKOVÁ, Kateřina. *Opakující se stereotypy v časopisech pro mládež na začátku osmdesátých let a dnes – mediální obraz rodičů*. 2011. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií.

# 11. PŘÍLOHY

## SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1 - dotazník číslo 1

Příloha č. 2 - dotazník číslo 2

Příloha č. 3 – dotazník číslo 3

Příloha č. 1

*Analyza časopisu pro mládež Bravo v letech 1992 a 1999 se zaměřením na hudební obsah*

Autor: Michaela Tomšů

V rámci své bakalářské práce Vás požádám o vyplnění krátkého dotazníku. Odpovědi kroužkujte (je možnost vybrat i více odpovědí).

**1. Jsem?**

a) Žena

b) Muž

**2. Vyberte Vaší věkovou kategorii.**

a) 20 – 35

b) 35 - 50

c) 50+

**3. Časopis Bravo mě zajímal, kvůli...**

a) Hudbě (články zaměřující se na hudební sféru)

b) Jiným popkulturním formám (tzn. film, móda, mezilidské vztahy atd.)

**4. V rámci hudebního obsahu mě zajímaly články...**

a) Bulvárního charakteru (články o skandálech celebrit apod.)

b) „Seriózního“ charakteru (články o nových deskách, hit-parády, články o pořádaných koncertech apod.)

**5. V rámci hudebních rubrik mě nejvíce zajímaly...**

a) Rozhovory s interprety

b) Aktuální hitparády

c) Všeobecné novinky v rámci hudební scény

d) Plakáty s interprety

**6. Vybavujete si články o českých či slovenských interpretech?**

a) Ano, vybavuji si některé rubriky zaměřené na domácí interprety

b) Ne, především si vybavuji články o zahraničních interpretech

1

***Analýza časopisu pro mládež Bravo v letech 1992 a 1999 se zaměřením na hudební obsah***

Autor: Michaela Tomšů

V rámci své bakalářské práce Vás požádám o vyplnění krátkého dotazníku. Odpovědi kroužkujte (je možnost vybrat i více odpovědí).

**1. Jsem?**

- a) Žena
- b) Muž

**2. Vyberte Vaší věkovou kategorii.**

- a) 20 – 35
- b) 35 - 50
- c) 50+

**3. Časopis Bravo mě zajímal, kvůli...**

- a) Hudbě (články zaměřující se na hudební sféru)
- b) Jiným popkulturním formám (tzn. film, móda, mezilidské vztahy atd.)

**4. V rámci hudebního obsahu mě zajímaly články...**

- a) Bulvárního charakteru (články o skandálech celebrit apod.)
- b) „Seriózního“ charakteru (články o nových deskách, hit-parády, články o pořádaných koncertech apod.)

**5. V rámci hudebních rubrik mě nejvíce zajímaly...**

- a) Rozhovory s interprety
- b) Aktuální hitparády
- c) Všeobecné novinky v rámci hudební scény
- d) Plakáty s interprety

**6. Vybavujete si články o českých či slovenských interpretech?**

- a) Ano, vybavuji si některé rubriky zaměřené na domácí interprety
- b) Ne, především si vybavuji články o zahraničních interpretech



***Analýza časopisu pro mládež Bravo v letech 1992 a 1999 se zaměřením na hudební obsah***

Autor: Michaela Tomšů

V rámci své bakalářské práce Vás požádám o vyplnění krátkého dotazníku. Odpovědi kroužkujte (je možnost vybrat i více odpovědí).

**1. Jsem?**

- a) Žena
- b) Muž

**2. Vyberte Vaší věkovou kategorii.**

- a) 20 – 35
- b) 35 - 50
- c) 50+

**3. Časopis Bravo mě zajímal, kvůli...**

- a) Hudbě (články zaměřující se na hudební sféru)
- b) Jiným popkulturním formám (tzn. film, móda, mezilidské vztahy atd.)

**4. V rámci hudebního obsahu mě zajímaly články...**

- a) Bulvárního charakteru (články o skandálech celebrit apod.)
- b) „Seriózního“ charakteru (články o nových deskách, hit-parády, články o pořádaných koncertech apod.)

**5. V rámci hudebních rubrik mě nejvíce zajímaly...**

- a) Rozhovory s interprety
- b) Aktuální hitparády
- c) Všeobecné novinky v rámci hudební scény
- d) Plakáty s interprety

**6. Vybavujete si články o českých či slovenských interpretech?**

- a) Ano, vybavuji si některé rubriky zaměřené na domácí interprety
- b) Ne, především si vybavuji články o zahraničních interpretech