Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci
Katedra žurnalistiky

Proměny časopisu Reflex v letech 1999 a 2009

Bakalářská diplomová práce

Radka Hášová

Vedoucí práce: Mgr. Petra Chvojková

Olomouc 2012

BIBLIOGRAFICKÝ ZÁZNAM

HÁŠOVÁ, R. *Proměny časopisu Reflex v letech 1999 a 2009.* Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta, Katedra žurnalistiky, 2012. Vedoucí diplomové práce Mgr. Petra Chvojková.

ABSTRAKT

Práce komparativní analýzou zachycuje změny vybraných jevů v reportážích, editorialech a obálkách časopisu Reflex v letech 1999 a 2009. Dále pomocí rozhovorů s tehdejšími šéfreportéry reflektuje, jak se v Reflexu promítají role šéfredaktorů Petra Bílka v roce 1999 a Pavla Šafra v roce 2009 a zjišťuje, do jaké míry byly případné proměny časopisu dány vedením.

ABSTRACT

This thesis, using a comparative analysis, tries to describe the changes of chosen phenomenons in news reports, editorials and front-pages of magazine Reflex in 1999 and 2009. It also tries to reflect the roles of chief editors - Petr Bílek in 1999 and Pavel Šafr in 2009 - by using the method of interviews with focus to their influence on the appereance of the magazine.

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí práce Mgr. Petře Chvojkové za odborné vedení, cenné rady a podněty ke zpracování. Ráda bych dále poděkovala Kateřině Valíčkové za poskytnutí potřebných materiálů a informací. Také děkuji svým rodičům za podporu při studiu.

KLÍČOVÁ SLOVA
časopis, Reflex, vývoj, titulní strana, reportáž, editorial, tištěné periodikum, komparace, rok 1999, rok 2009

KEYWORDS
magazine, Reflex, development, title page, reportage, editorial, printed periodical, comparison, year 1999, year 2009

Prohlašuji, že jsem bakalářskou diplomovou práci vypracovala
samostatně s využitím uvedených pramenů a literatury.
Tato bakalářská práce obsahuje 82 550 znaků.

V Olomouci dne . . . . . .

OBSAH

1. Úvod 8

1.1. Cíle práce 8

1.1.1. Dílčí cíle 9

1.2. Metodika práce 9

1.3. Struktura práce 10

1.4. Vymezení vzorku analýzy 12

2. Vymezení základních pojmů 14

2.1. Místo časopisu v rámci systému periodického tisku 14

2.2. Reflex jako prostředek masové komunikace 14

2.3. Reportáž jako rubrika časopisu 15

2.4. Sebepropagace jako jedna z kategorií analýzy 15

2.5. Obálka časopisu 15

2.6. Fotomontáž 16

3. Charakteristika časopisu Reflex 17

3.1. Historie časopisu 17

3.2. První vydavatel časopisu Reflex 18

3.3. Současný vydavatel časopisu Reflex 18

3.3.1. Vydavatel Reflexu jako součást vydavatelské skupiny 19

3.4. Šéfredaktoři časopisu Reflex 19

3.5. Náklady časopisu 19

4. Obsahová náplň Reflexu 21

5. Analýza podoby reportáží 23

5.1. Analýza reportáží roku 1999 23

5.1.1. Analytický obraz reportáže čísla 8 24

5.1.2. Analytický obraz reportáže čísla 32 24

5.1.3. Analytický obraz reportáže čísla 48 25

5.1.4. Dílčí závěr – analýza zkoumaného vzorku roku 1999 26

5.2. Analýza reportáží roku 2009 27

5.2.1. Analytický obraz reportáže čísla 8 27

5.2.2. Analytický obraz reportáže čísla 38 28

5.2.3. Analytický obraz reportáže čísla 43 29

5.2.4. Dílčí závěr – analýza zkoumaného vzorku 2009 29

5.2.5. Dílčí závěr – komparace reportáží obou zkoumaných vzorků 30
5.3. Komparace použitých barev v titulcích reportáží 31
5.4. Analýza témat reportáží 33
5.4.1. Kategorizace časopisů výzkumného vzorku 33
5.4.1.17. Komparativní analýza témat reportáží obou let 41
5.4.2. Dílčí závěr – komparace témat reportáží obou let 42
6. Analýza editorialů 44
6.1. Analytický obraz editorialů v roce 1999 44
6.2. Analytický obraz editorialů v roce 2009 45
6.3. Dílčí závěr – komparace editorialů obou let 46
7. Analýza vzhledu obálek 48
7.1. Komparace obálek čísel 8, 32 a 48 roku 1999 48
7.2. Analýza výběru osobností na obálky v roce 1999 49
7.3. Komparace obálek čísel 8, 38 a 43 roku 2009 50
7.4. Analýza výběru osobností na obálky v roce 2009 51
7.5. Dílčí závěr – komparace obálek obou let 52
8. Závěr 56
9. Seznam literatury a pramenů 58
10. Seznam použitých tabulek a grafů 60
11. Seznam použitých obrázků 61
12. Seznam příloh 62
12.1. Přílohy 62

1. Úvod

Časopis Reflex patří k titulům, které po revoluci vyplnili do té doby skromný časopisecký trh. Typologie časopisů existující před rokem 1989 se rozšířila o nové tituly jako Reflex, Respekt a Týden, nebo docházelo k reformě stávajících titulů jako Vlasta, Květy a ABC.[1] Reflex se na českém trhu poprvé objevil v roce 1990, kdy se trh tištěných periodik na základě zrušení cenzury a pádu totalitního režimu rychle rozšiřoval. Od počátku své existence byl časopis řazen mezi společenské týdeníky.

Ze samotného názvu vyplývá, že náplní časopisu bude reflexe problémů ve společnosti. Slovo reflex znamená „odraz světla, odlesk, zrcadlení;“[2] nebo je také vysvětleno jako „bezděčná odezva organizmu na vnější podnět zprostředkovaná nervovým systémem.“[3] Těsně po pádu komunistického režimu znamenaly pro české čtenáře takové záměry časopisů převratnou novinku na trhu. Po několika letech od počátečního nárůstu čtenářů došlo k ustálení a časopis si vybudoval pevnou čtenářskou obec.

V době, kdy bakalářská práce vzniká, je Reflex vydáván každý týden již dvacet dva let. Během tohoto času prodělal časopis četné změny v personálním složení, grafickém vzhledu, ale i obsahové skladbě periodika. V roce 2008 „[…] padl jeden z nejdéle sloužících českých šéfredaktorů Petr Bílek, kterého v čele časopisu Reflex nahradil zkušený mediální manažer Pavel Šafr.“ [4] Tak obměnu šéfredaktorů popsal moderátor ČT 24 P. Skočdopole.

Autorka práce „Proměny časopisu Reflex v letech 1999 a 2009“ vychází z předpokladu, že důsledkem personálních změn dochází k proměnám v obsahu i grafické podobě časopisu. Na základě toho se v zachycení vývoje časopisu soustředí na části, kde takové změny budou nejvíce patrné a viditelné.

1.1. Cíle práce

Hlavním cílem práce je zachycení změn vybraných jevů časopisu pomocí komparativní analýzy a deskripce. Práce má také za cíl pomocí rozhovorů s tehdejšími šéfreportéry reflektovat, jak se v Reflexu promítají role šéfredaktorů Petra Bílka v roce 1999 a Pavla Šafra v roce 2009 a do jaké míry byly změny dány vedením, nebo jinými faktory.

[1] Jirák 2005, s. 84.
[2] *Slovník cizích slov 2006,* s. 287.
[3] ibid, s. 287.
[4] Skočdopole, *Média a Svět*. Česká Televize 24, 13. 7. 2008.

1.1.1. Dílčí cíle

K hlavnímu cíli práce je možné dospět, pokud dojde k naplnění cílů dílčích. K analýze byly vybrány tři části časopisu - reportáže, editorialy a obálky časopisu, přičemž každá z nich odpovídá na předem stanovenou otázku a svými záměry přispívá k naplnění hlavního cíle. Jednotlivým částem je vždy věnovaná samostatná kapitola. Níže jsou dílčí cíle blíže popsány. Jako hlavní oblast analýzy je vybrána reportáž, protože patří k základním rubrikám časopisu. Kromě toho Reflex v polovině 90. let sám sebe ustanovil jako reportážní časopis.[5] Důležitost této rubriky má vliv na celkové směřování časopisu a tím se nabízí zajímavý prostor pro výzkum jeho proměn. Kapitola by měla odpovědět na otázku, jak se liší zpracování reportáží a výběr jejich témat v roce 1999 a 2009.

Ke zkoumanému vzorku byly dále zařazeny editorialy, protože představují úvodní slovo šéfredaktora, či jiné osoby na hlavní pozici v redakci a odkrývají charakter periodika. Analýza editorialů tak přispívá k naplnění hlavního cíle zaměřeného na změny vybraných jevů a také reflektuje role šéfredaktorů. Kapitola 6 věnovaná editorialům má odpovědět na otázku, jak se liší editorial Petra Bílka a editorial Pavla Šafra.

Posledním objektem analýzy jsou obálky časopisu. Ty ovlivňují čtenářovo přijetí tím, že spoluurčují obsahové a estetické působení publikace na první pohled.[6] V časopisu Reflex prošly obálky během deseti let viditelnými a často diskutovanými změnami, čímž představují prostor pro výzkum zaměřený právě na změny periodika. Analýza by měla v dílčím závěru kapitoly 7 zodpovědět poslední otázku, jak se změnily obálky časopisu Reflex v letech 1999 a 2009.

1.2. Metodika práce

V následující kapitole je popsána metodika práce, která souvisí se stanovenými cíli. Vzhledem ke snaze zachytit proměny vybraných jevů v časopise, jsou základním zdrojem informací pro analýzu proměn časopisu samotná periodika. Při práci byly využity obecné metody, ke kterým patří syntézy, srovnávání, indukce a dedukce. Práce využívá též metodu deskripce. Doplňující informace byly získány prostřednictvím rozhovorů s tehdejšími členy redakce Reflexu. Hlavní metodou výzkumu je komparace.

[5] O Reflexu jako o reportážním časopise hovoří Tomáš Feřtek, šéfreportér Reflexu v roce 1999 v rozhovoru, který je v kompletním znění uveden v příloze č. 1.
[6] Osvaldová, kol. 2002, s. 120.

Ke komparaci J. Šanderová[7] uvádí, že se jedná o slovo latinského původu, které značí srovnání. Dále pak definuje komparativní texty jako zprávy o výsledcích a porovnávání předmětu zájmu, přičemž porovnávat lze cokoliv, pokud nalezneme společná kritéria hodnocení. Jako výsledek komparativní analýzy uvádí klasifikaci, která vždy každé dílo podrobené komparaci deformuje podle vlastních potřeb.

Podle T. Trampoty a M. Vojtěchovské je výhodou komparativní analýzy odhalení a zvýraznění podobností a odlišností jednotlivých systémů, přičemž je poukázáno na unikátní jevy zkoumaných mediální krajin.[8]

V otázce komparace je velice důležitá klasifikace. Šanderová dále uvádí, že v souvislosti s klasifikací, se v sociálních vědách pracuje s ideálními typy, s nimiž jako první pracoval Max Weber. Ideální typ vymezil, jako smyšlenou konstrukci jevů a procesů v pomyslných ideálních podmínkách. Taková konstrukce je ideální v tom smyslu, že se jí reálné procesy blíží více či méně.[9] „Jde o účelný nástroj komparace, na jehož základě lze jednotlivé koncepce, myšlenky, nebo i metody srovnávat podle toho, nakolik se blíží nějakému ideálnímu typu.“[10]

K závěru komparací se podle J. Šanderové často setkáváme s úvahou o užitečnosti a relevanci typologie, u které je dobré uvést nejen přednosti, ale i meze zvoleného přístupu.[11]

Zkoumaná problematika je tvořena několika dílčími otázkami. Na základě tohoto faktu a výše zmíněného popisu hlavní metody je v práci kladen důraz na strukturu práce, a proto je jí věnována samostatná kapitola.

1.3. Struktura práce

Vzhledem k použití komparace jako hlavní metody je práce podrobně strukturována do několika kapitol. Třem dílčím cílům je věnována samostatná kapitola, z nichž každá má určeny specifické kategorie pro komparaci. Z důvodu snadné orientace a porozumění textu je v následující kapitole podrobně vysvětlena struktura práce navazující na metodiku.

Před samotnými analýzami jednotlivých částí časopisu je uvedena v kapitole 4 obsahová náplň časopisu, která přibližuje jednotlivé rubriky a jejich rozmístění v časopise.

[7] Šanderová 2005, s. 70-71.
[8] Trampota, Vojtěchovská 2010, s. 38-39.
[9] Šanderová 2005, s. 71
[10] ibid. s. 71.
[11] ibid. s. 72.

Pátá kapitola nazvaná *Analýza podoby reportáží* se zaměřuje na proměny zpracování reportáží v letech 1999 a 2009. Tato kapitola se věnuje grafickému a obsahovému hledisku.

První část kapitoly nejdříve analyzuje grafické hledisko výzkumného vzorku. Konkrétně začíná porovnáním rozsahu a využití prostoru pro text a pro fotografie. Pokračuje popisem barev a rozvržení titulků reportáží. U komparace titulků je věnována pozornost především práci s barvami. Pro přehlednost je do tabulky zanesen vždy celý titulek spolu s převažující barvou. Následuje analýza tematické roviny reportáží.

Obsahové hledisko kapitoly tvoří analýza výběru témat reportáží v roce 1999 a 2009. Po přečtení všech zkoumaných reportáží bylo určeno šestnáct hlavních témat. Jednotlivé reportáže jsou dle obsahu řazeny k tématům: nevládní neziskové organizace; život na kraji světa; konflikty; specifika ČR; fenomén doby; politika; média; náboženství; sport; drogy; kultura; neštěstí, přírodní kalamity; historie, památníky; specifika zahraničí; vojenství (NATO, výcviky); ostatní témata. Kromě toho jsou reportáže rozčleněny dle geografického aspektu, a to z důvodu zjištění, zda převládají česká, či zahraniční témata.

Na další výzkumnou otázku odpovídá kapitola 6 porovnávající editorialy. Stejně jako u předešlé kapitoly se analýza zabývá grafickou a obsahovou částí. Z grafického hlediska je pozornost soustředěna na rozsah, počet znaků textu, barevné zobrazení a umístění případných fotografií. Dále se analýza zabývá obsahem editorialu. Soustředí se na hlavní téma a jeho autora. Také zjišťuje, zda autor odkazuje na články uvnitř časopisu, přičemž toto zjištění je následně hodnoceno slovy „ano“, či „ne“ a řazeno do kategorie sebepropagace. Pro přehlednost jsou zjištěné informace uvedeny v příslušné tabulce, která je kategorizována následovně: autor, téma, sebepropagace, rozsah.

Kapitola 7 se věnuje proměnám obálek časopisu. Analýza v první části hodnotí estetickou stránku fotografií, loga časopisů a umístění textu upoutávajícího na obsah uvnitř Reflexu celkem u šesti vybraných čísel (viz. kapitola 1.4.). Druhá část se věnuje komparaci a deskripci obálek u rozšířené části zkoumaného vzorku, přičemž se soustředí na výběr konkrétních zobrazovaných osobností. Osobnosti jsou podle oboru, kterému se věnují, řazeny do jedné z šesti oblastí: hudba, film, umění, sport, politika, média. Další dvě kategorie (téma a nezařazené) nezahrnují osobnosti, ale celkové vyznění obálky. Obálky jsou rozřazeny celkem do osmi kategorií a znázorněny v odpovídající tabulce.

Vzhledem ke stanovenému cíli zachytit vliv šéfredaktorů na změny a vývoj časopisu Reflex, je nutná znalost pohledu na tuto problematiku přímo z prostředí redakce. Proto jsou

součástí práce rozhovory autorky práce se šéfreportéry Reflexu zkoumaných let, Tomášem Feřtekem pro rok 1999 a Markem Hudemou pro rok 2009. Citace z těchto rozhovorů jsou uváděny průběžně v celé práci a kompletní znění se nachází v přílohách.

Zjištěné informace jsou v každé z výše uvedených kapitol a jejich podkapitol shrnuty v dílčích závěrech, kde jsou zhodnoceny. Celkový závěr shrnuje provedený výzkum a vyjadřuje se k cílům práce.

1.4. Vymezení vzorku analýzy

Před začátkem samotného výzkumu byl nutné předem vymezit vzorek určený k analýze. Následující kapitola se věnuje zdůvodnění jeho výběru tohoto vzorku a přesně popisuje, jaké části Reflexu budou v práci k analýze použity.

Ke komparaci byly vybrány roky 1999 a 2009, a to hned z několika důvodů. Jednotlivé ročníky vedli jiní šéfredaktoři, a jak je výše uvedeno, autorka zastává předpoklad, že s výměnou vedení časopisu (v roce 2008) dochází v Reflexu k viditelným proměnám v obsahové i grafické náplni časopisu. Aby nedošlo ke znevýhodnění, jsou záměrně porovnávány roky, kdy ani jeden z šéfredaktorů nebyl ve funkci zcela nově. Deset let je ve vývoji časopisu dostatečně dlouhým obdobím pro viditelný vývoj a existuje tedy předpoklad, že výzkum zachytí určité změny v periodiku a tím přispěje k naplnění cíle.

Konkretizace analyzovaného materiálu následně probíhala náhodným výběrem čísel časopisu z každého roku. Z ročníku 1999 se jedná o čísla 8, 32, 48 a z ročníku 2009 čísla 8, 38, 43. Zkoumaný vzorek složený ze zmíněných šesti čísel je využit při plnění všech dílčích cílů.

Zkoumaný vzorek byl při komparaci výběru témat reportáží, výběru osobností na obálky časopisu a použití barev u titulků reportáží rozšířen, jelikož se výběr témat reportáží se řadí k hlavní oblasti analýzy a obálky nejvýrazněji demonstrují proměny časopisu, čímž obě části společně přispívají k naplnění cílů. Volba barev pro zvýraznění titulků v reportážích patří ke grafickému hledisku, které je také předmětem výzkumu a jeho analýza přispívá k naplnění dílčího cíle komparace reportáží.

K rozšíření reprezentativního vzorku určeného k výzkumu došlo z důvodu navýšení objektivity závěrů. K analýze témat reportáží a analýze výběru osobností na obálku časopisu byla použita všechna čísla z každého ročníku. V případě analýzy obálek se jedná o 52 čísel každého zkoumaného roku, celkem 104 čísel týdeníku. Během výzkumu došlo ke zjištění, že rubriku reportáž neobsahují všechna čísla časopisu. V roce 1999 vyšlo 47 reportáží, v roce

2009 to bylo 33 reportáží. V případě analýzy témat reportáží a grafického hlediska jejich titulků tvoří výzkumný vzorek celkem 80 čísel Reflexu.

2. Vymezení základních pojmů

Obsahem této kapitoly je z důvodu správného porozumění textu vymezení základních pojmů, které jsou v práci použity.

2.1. Místo časopisu v rámci systému periodického tisku

Při definici časopisu vycházíme ze zákona č. 46/2000 Sb. o periodickém tisku. Periodický tiskem se podle zákona rozumí „[…] noviny, časopisy a jiné tiskoviny vydávané pod stejným názvem, se stejným obsahovým zaměřením a v jednotné grafické úpravě nejméně dvakrát v kalendářním roce.“[12]

Časopisy se řadí k tištěným médiím, které lze dále dělit podle periodicity na deníky, týdeníky, čtrnáctideníky, měsíčníky a čtvrtletníky, a podle obsahu na zpravodajské týdeníky, tituly společenského a životního stylu (společenské časopisy, časopisy pro ženy, programové časopisy, časopisy zdraví a životního stylu), tituly pro děti a mládež a zájmové a hobby tituly.[13] Reflex se podle periodicity řadí k týdeníkům a obsahem spadá do kategorie společenského časopisu.

Na rozdíl od deníků jsou časopisy méně aktuální, ale témata probírají podrobněji a liší se i v grafické úpravě. Celkovou strukturou, stavbou textů i zaměřením se orientují na vyhraněný okruh čtenářů, který již má zpravodajské informace a hledá detailnější nebo specializované údaje, přičemž u týdeníků a čtrnáctideníků lze hovořit o nejmasovějších nákladech.[14]

B. Köpplová[15] považuje časopis za: „Neuchopitelné spektrum periodických tiskovin, v němž je každý titul jiný. Liší se grafickou úpravou, obsahem, publikem, na které se zaměřují, periodicitou a řadou dalších znaků, jako jsou vydavatelské ekonomické předpoklady. Společná je jim až příliš často závislost na inzerentech.“

2.2. Reflex jako prostředek masové komunikace

Tento pojem je v práci obsažen, protože Reflex je prostředkem masové komunikace, jehož cílem je oslovit co nejvíce lidí a mít co nejvyšší náklad.

Časopis Reflex se orientuje na různorodé a početné publikum. Řadíme ho proto k prostředkům masové komunikace, pro kterou je příznačné to, že příjemci představují

[12] Zákon o periodickém tisku č. 46/2000 Sb.
[13] Reifová 2004, s. 138.
[14] Osvaldová 2002, s. 38.
[15] Köpplová In: Jirák 2005, s. 81-91.

disperzní publikum.[16] Masová komunikace je kromě sdělení určeného vysokému počtu příjemců, definována jako proces přenosu sdělení od komunikátora, kterým je komplexní organizace zaměstnávající profesionální komunikátory užívající specializované technologie k výrobě standardizovaných sdělení určených k adresátovi.[17]

2.3. Reportáž jako rubrika časopisu

Reportáž patří k žurnalistickým žánrům. V takové rovině chápání se nachází mezi zpravodajským a publicistickým útvarem. „Výraz žánr odkazuje v kontextu mediálních studií k ustálenému, opakujícímu se typu či kategorii mediálních produktů vyznačujících se společnými rysy (tematickými, kompozičními či formálními), jako jsou kupříkladu zpráva či špionážní román. Žánr je tedy stabilizovaný textový vzorec s očekávaným uspořádáním.“[18]

Práce však přistupuje k pojmu žánr pragmaticky, v kontextu časopisu Reflex. Reportáží je tedy myšlen obsah rubriky časopisu. Rubrikou časopisu se rozumí místo v periodiku označující pravidelné umístění materiálů pod společným tématem nebo společným zaměřením.[19]

2.4. Sebepropagace jako jedna z kategorií analýzy

Kapitola 6 se zabývá grafickou a obsahovou částí editorialů. Jednou z určených kategorií pro porovnávání editorialů v obsahové části je sebepropagace.

Pro pojem sebepropagace neboli vlastní propagace se také užívá anglický název selfpromotion. Takové pojetí znamená, že média ve svých inzercích odkazují na sebe sama. Vlastní propagace probíhá otevřeně upoutávkami na texty a dále reklamou vlastní značky. Dochází

i ke skryté sebepropagaci, kdy je přímo v textu nenápadně odkazováno na produkt média.[20] V kategorii pojmenované sebepropagace se sleduje, zda autor odkazuje na články uvnitř časopisu, či nikoliv.

2.5. Obálka časopisu

Celá kapitola 7 se věnuje porovnávání obálek časopisu. Výše jsou již uvedeny důvodu výběru obálek, dále je nutné definovat, co přesně pro časopis představují.

[16] Reifová, 2004, s. 100-101.
[17] ibid. s. 100.
[18] Burton, Jirák 2001, s. 160. (zrušeno tučné písmo R.H.)
[19] Osvaldová 2002, s. 164.
[20] Bartošek 2002, s. 8.

Podle Praktické encyklopedie žurnalistiky patří obálka k nejdůležitějším částem neperiodických i periodických publikací z typografického hlediska. Kromě toho, že obsahuje základní údaje o periodiku, svým estetickým působením ovlivňuje čtenářovo přijetí. Je tvořena přední a zadní stranou, kterou odděluje hřbet. Obvykle bývá z tuhého nebo polotuhého kartonu.[21]

2.6. Fotomontáž

V kapitole věnované analýze obálek časopisu je pracováno s pojmem fotomontáž. Dnes termínem fotomontáž označujeme koláže, sendvičové, kompozitní, nebo kombinované obrazy, jejichž původ nalezneme již v roce 1843, kdy se papír původního snímku vystřihával a používal ve snímku novém.[22] Fotomontáž je jedním z prostředků záměrného zkreslování a manipulace skutečnosti ve fotografii. V současnosti se běžnou součástí editačního procesu fotografií v časopisech stává nejčastějším druhem fotomontáže aplikace portrétů nebo postav do snímků, a to zejména v bulvárních médiích.[23] Portréty celebrit jsou ve fotografiích v bulvárních časopisech často nasazovány na cizí těla.

[21] Osvaldová 2002, s. 120.
[22] Lábová, Láb 2009, s. 21.
[23] ibid. s. 60.

3. Charakteristika časopisu Reflex

Tato kapitola se zabývá podstatnými body, které doprovázejí vývoj periodika. Přispívá k uvědomění si počáteční povahy časopisu a tím k naplnění hlavního cíle, kterým je zachycení změn vybraných jevů časopisu. Bez znalosti výchozího stavu a podmínek by nebylo možné zachytit jakékoliv inovace. Kapitola nabízí přehled historie, vydavatelů, šéfredaktorů a nákladů.

3.1. Historie časopisu

Ještě před uvedením faktických informací týkajících se samotného vzniku časopisu je nutné uvést, jak vypadala situace na trhu tištěných médií těsně před vydáním prvního čísla Reflexu.

Před politickým převratem v roce 1989 vycházelo v Československu osmnáct deníků, nejvyšší náklad mělo Rudé právo s denním prodejem přes milion výtisků, mezi časopisy zaujímala první místo Vlasta s prodaným nákladem 820 000, druhé místo patřilo časopisu Mladý svět s prodejem 500 000 a třetí pozice patřila časopisu Květy s prodaným nákladem 400 000 kusů.[24]

Časopis Reflex je volbou témat a stylem zpracování schopný existovat pouze ve svobodné zemi, proto není náhoda, že první číslo týdeníku se na českém trhu objevilo až po sametové revoluci. Jeho vydání předcházel pád komunistického režimu v roce 1989, který sebou nesl i konec do té doby existující cenzury. „První masovější protest proti cenzuře a věznění nepohodlných kritiků se objevil v červnu 1989, zveřejnil ho mluvčí Charty 77, nesl název *Několik vět* a podepsalo ho hned na počátku asi 10 000 lidí, mezi kterými byli i oficiální umělci a redaktoři oficiálních médií.“[25] Cenzura oficiálně padla v březnu roku 1990, když tehdejší Federální shromáždění přijalo zákon č. 86/1990 Sb.[26]

Reflex vyšel poprvé 3. dubna 1990. První článek časopisu Reflex byl redakcí chápán jako manifest jak dělat svobodnou žurnalistiku.[27] Na úvod byl zařazen materiál reportéra Josefa Klímy s názvem Baret story.[28]

[24] Hvížďala 2011, *s. 148.*
[25] *ibid. s. 148.*
[26] Končelík, Večeřa, Orság 2010, *s. 257.*
[27] [online] www.reflex.cz [citováno 20. března 2011]
[28] Baret story popisovala výcvik a funkci „červených baretů“, což byl mediálně frekventovaný pojem, který zkráceně označoval speciální jednotky určené k boji v extrémních podmínkách. Komunisté je 17. listopadu 1989 použili jako sílu k potlačení studentské demonstrace. (Klíma I. *Baret story*: Reflex, 1990, č. 1, s. 5.)

3.2. První vydavatel časopisu Reflex

Prvním vydavatelem časopisu Reflex bylo tiskové a grafické centrum Grafoprint, které vzniklo v roce 1989.[29] Studio patřilo ke GRAFOPRINT NEUBERT k. s., hlubotiskové tiskárně, a řadilo se k nejlépe vybaveným DTP studiům v republice.[30] Tiskové a grafické centrum bylo do roku 2006 třikrát přejmenováno. V současnosti existuje pod názvem Grafoprint s.r.o. [31]

3.3. Současný vydavatel časopisu Reflex

Současným vydavatel Reflexu je Ringier Axel Springer CZ. Na svých internetových stránkách uvádí, že na český trh vstoupila nejdříve švýcarská společnost Ringier ČSFR a jako první zahraniční vydavatel zahájila v roce 1991 svou činnost. V roce 1992 založil Ringier ČSFR bulvární deník BLESK a jeho suplement Blesk magazín. V roce 1993 změnil vydavatel jméno na Ringier ČR a vydal první nedělník na českém trhu Nedělní Blesk. V tomto roce také poprvé vydal časopis Reflex. V roku 2005 došlo k rozšíření Reflexu o přílohu EX.[32]

V dalších letech postupně vydavatelství spravovalo a vytvářelo další periodika. 30. června 2011 došlo ke sloučení vydavatelství Ringier Axel Springer CZ a Axel Springer Praha, nástupnickou společností se stala Ringier Axel Springer CZ. [33]

V současnosti je největším vydavatelstvím v České republice. Vydává Blesk, Sport, Aha! a pokrývá tak 36 % českého trhu v oblasti deníků. Společnost zaujímá druhé místo na časopiseckém trhu, vydává ABC, GEO, Blesk pro ženy, Blesk Hobby, Blesk zdraví, Blesk Křížovky, Blesk NejPes, Blesk Vaše recepty, Aha! Křížovky, Sport GÓÓÓL, Svět motorů, Auto TIP, AutoProfi a Reflex, který je vzhledem k výše uvedené skladbě titulů raritou. Vydavatelství se angažuje také v online segmentu. Vydavatelství je součástí vydavatelské skupiny Ringier Axel Springer Media AG, která působí v České republice, Polsku, Srbsku a na Slovensku.[34]

---

[29] Informace o prvním vydavateli poskytla analytička průzkumu trhu Ringier Axel Springer CZ Kateřina Valíčková.
[30] DTP je zkratka pro anglický výraz desktop publishing, tedy pro tvorbu tištěného dokumentu za pomoci počítače jako předtiskové přípravy. [online] http://www.itbiz.cz/slovnik/marketing/dtp [citováno 10. května 2011]

[31] [online] www.grafoprint.cz (23.3.2011)
[32][online] http://www.ringieraxelspringer.cz/company/history (22.3.2011)
[33][online] http://www.ringieraxelspringer.cz/company/history (22.3.2011)
[34][online] http://www.ringieraxelspringer.cz/company (22.3.2011)

3.3.1. Vydavatel Reflexu jako součást vydavatelské skupiny

Ringier Axel Springer Media AG vzniklo sloučením Ringier AG a Axel Springer AG 1. července 2010. Vydavatelství Axel Springer AG založil Axel Springer v roce 1946. V současnosti je největším novinovým a třetím největším časopiseckým vydavatelstvím v Německu. Působí v 35 zemích, vydává 240 tištěných a 140 on-line titulů, vlastní podíly v televizních a rozhlasových společnostech. Od roku 1985 sídlí společnost v Berlíně.[35]

Společnost Ringier AG byla založena v roce 1833 ve švýcarském Zofingenu, v současnosti má sídlo v Curychu. Ringier vydává více než 120 novin a časopisů po celém světě, vyrábí a prodává přes 20 televizních programů a má významné podíly v televizních a rozhlasových společnostech. Dále spravuje více než 80 webových a mobilních platforem, provozuje 11 tiskáren.[36]

3.4. Šéfredaktoři časopisu Reflex

Zakládajícím šéfredaktorem časopisu Reflex byl v roce 1990 Petr Hájek. První šéfredaktor vymyslel název týdeníku, který si časopis ponechal dodnes, stejně jako grafickou podobu loga, jehož autorem je Aleš Najbrt. Roku 1992 ho na pozici vystřídal Radek Bajgar, který ve funkci setrval do roku 1993, kdy ho vystřídal Zdeněk Čech. Od 1. května roku 1995 byl šéfredaktorem Petr Bílek, který v Reflexu působil na této pozici třináct let až do července 2008. V roce 2008 se šéfredaktorem Reflexu stal Pavel Šafr. Poslední šéfredaktor Reflexu Ivan Hamšík nastoupil v červenci roku 2011.[37]

3.5. Náklady časopisu

Časopis Reflex na českém trhu existuje již 22 let. Za tu dobu se v něm vystřídalo šest šéfredaktorů a jednou se změnil vydavatel, ale nejpohyblivější proměnou zastupují jednoznačně náklady periodika.

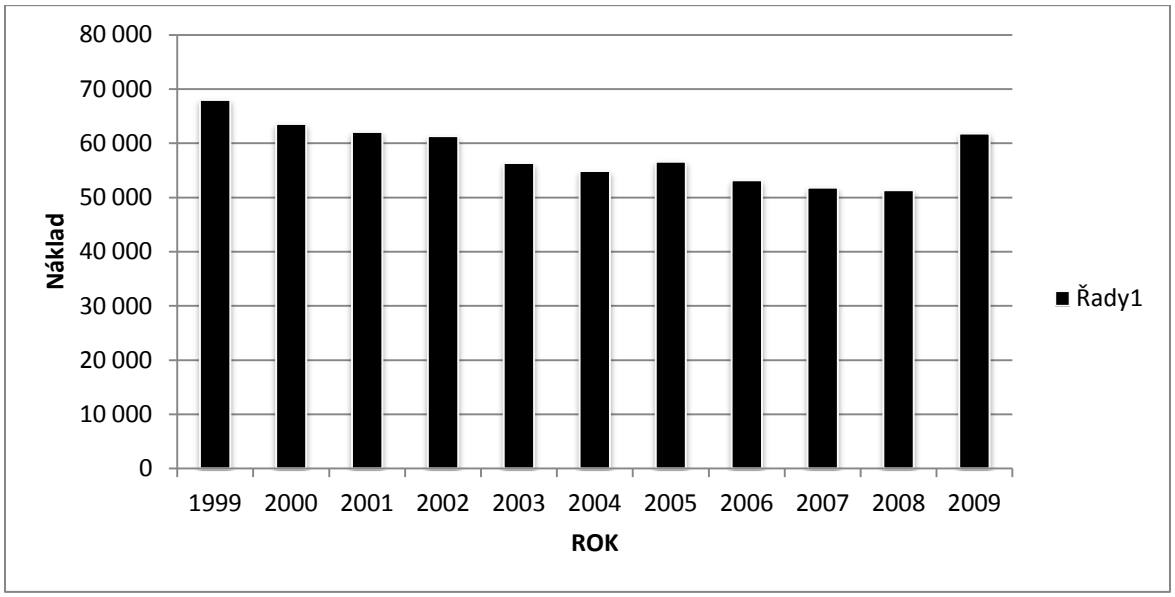
Neexistují dva měsíce, u kterých by byl počet vydaných čísel Reflexu stejný.[38] Nejnižší průměrný prodaný náklad časopisu Reflex v letech 1999 až 2009 byl zaznamenán v roce 2008 s 50 277 čísly. Naopak nejvyšší průměrný prodaný náklad vykazoval rok 1999 s 67 995 kusy Reflexu. Za rok 2009 činil průměrný prodaný náklad 63 378 kusů. V roce 1999 i v roce 2009

[35] [online] http://www.ringieraxelspringer.cz/company/shareholders [citováno 22. března 2011]
[36] [online] http://www.ringieraxelspringer.cz/company/shareholders [citováno 22. března 2011]
[37] Informace poskytla analytička průzkumu trhu Ringier Axel Springer CZ Kateřina Valíčková.
[38] Podrobný přehled prodaného nákladu Reflexu v průběhu deseti let je uveden v příloze č. 5. Informace použité v této příloze poskytla Kateřina Valíčková, analytička průzkumu trhu Ringier Axel Springer CZ.

byl měsícem s nejnižším prodaným nákladem duben. Nejvíce čísel Reflexu se prodalo v roce 1999 v únoru, v roce 2009 byl nejvyšší prodaný náklad zaznamenán v srpnu.

Analýza prodaných nákladů za období deseti let vygenerovala graf č. 1. Ten ukazuje postupný pokles prodaných čísel až do roku 2008, přičemž nejvyšší náklad měl časopis v roce 1999 s počtem 67 995 kusů. Rok 2009 vykazuje nárůst prodaného nákladu oproti roku 2008 o 11488 čísel. V roce 2008 došlo k výměně šéfredaktora a mnohá média jako důvod vydavatele prezentovala pokles prodeje společenského týdeníku.

Graf č. 1.: Průměrný prodaný náklad Reflexu v letech 1999 – 2009



4. Obsahová náplň Reflexu

Před samotnou analýzou podoby reportáže je nutné objasnit její postavení v časopisu Reflex. Již výše je zmíněna její důležitost z důvodu zařazení Reflexu k reportážním časopisům v devadesátých letech.[39] Reportáž také patří k základním rubrikám časopisu a setkáváme se s ní jak v obsahu týdeníků v roce 1999 tak 2009. Tabulky č. 1 a 2 demonstrují rozvržení rubrik a obsahové náplně včetně paginace.

Tabulka č. 1: Obsah s paginací Reflexu 1999

paginace Reflexu 8/1999
3 Před 168 hodinami
4 Zelený Raoul
6 Spor
10 Otazník
12 Reflexe
16 Média
17 Křížovka
18 Rozhovor
22 Reportáž
26 Problém
28 Víra
34 Review
38 Styl Reflex
50 Hudba
53 Labyrint kultury
56 Causa
60 Historie
64 Á propos
66 Za 168 hodin

Tabulka č. 2: Obsah s paginací Reflexu 2009

paginace Reflexu 8/2009
4 Zelený Raoul
6 Aktuálně
12 Komentář
14 Reflexe
20 Rozhovor Reflexu
26 Téma Reflexu
32 Bumerang
34 Jazyková integrace
38 Bar
44 Rozhovor Reflexu
48 Labyrint kultury
54 Causa
58 Listy Cyrila Höschla
60 Seriál České osudy
66 Reportáž
72 Á propos

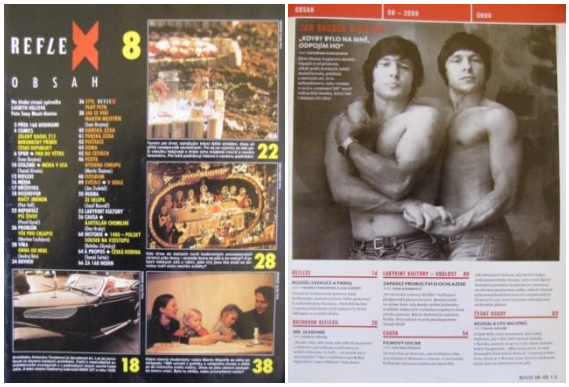
Reportáže v roce 1999 začínaly převážně v první polovině časopisu, v roce 2009 se tato rubrika vyskytovala i v jeho druhé polovině. Přehledný obsah časopisu včetně paginace byl v časopise řazen za editorialem na samostatné straně. V roce 1999 zde byly vypsány veškeré rubriky i s paginací. Tabulka č. 1 je tak přesným opisem toho, co si mohl přečíst čtenář.

[39] O Reflexu jako o reportážním časopise hovoří Tomáš Feřtek v rozhovoru, který je v kompletním znění uveden v příloze č. 1.

Naproti tomu v Reflexu roku 2009 nebyly do obsahu zařazeny všechny rubriky. Velice často se jednalo o výpis pouze pěti rubrik (srov. obr. č. 1 a č. 2).

Z porovnání obsahové náplně vyplývá, že se počet rubrik v roce 2009 snížil. Komparace také objevila ty, které zůstaly v Reflexu i po deseti letech. Patří k nim: Zelený Raoul, Reflexe, Rozhovor (v roce 2009 přejmenovaný na Rozhovor Reflexu), Reportáž, Labyrint kultury a Causa.

Obrázek č. 1 **Obrázek č. 2**



Kromě jiné paginace reportáží v letech 1999 a 2009 došlo i ke změně jejich rozsahu, poměru textu a fotografií, v neposlední řadě ke změně použitých barev a rozvržení titulků, kterému se podrobněji věnuje část následující kapitoly.

5. Analýza podoby reportáží

Tato kapitola se věnuje hlavní oblasti výzkumu, tedy analýze grafického a obsahového hlediska reportáží zkoumaného vzorku let 1999 a 2009. V několika podkapitolách postupuje dle výše zmíněné struktury práce a postupně tak naplňuje dílčí cíl zachytit, jak se liší zpracování a hlavní témata rubriky v obou letech. Před samotnou analýzou zkoumaného vzorku u obou let uvede obecnou podobu rubriky.

5.1. Analýza reportáží roku 1999

Reportáže měly rozvržení obsahu stejně jako jiné rubriky časopisu dané grafickou šablonou. Ačkoliv málokterá reportáž byla totožná s jinou, vykazovala rubrika společné znaky dané layoutem a byla limitována určitými parametry pro fotografie i text. Jedním z kritérií byl i počet znaků, o kterém se v rozhovoru zmiňuje bývalý šéfreportér Reflexu Tomáš Feřtek: „V roce 1999 se pořád rozsah standardní třístránkové reportáže pohyboval obvykle nad 10 000 znaky (nejobvyklejší rozsah byl šest až sedm rukopisných stran).“[40] Před samotnou analýzou je pro představu na obrázku č. 3 zobrazena reportáž z čísla 36.

Obrázek č. 3

Reportáž tvořily tři strany v časopise. První stranu otvírala největší z použitých fotografií a pod ní byl umístěn perex. Text byl členěn do čtyř sloupců a obtékal fotografie, vedle nichž byl vždy uveden popisek. Třetí strana obsahovala nejvíce textu a byla doplněna menšími fotografiemi, než byly použity na první a druhé straně. Texty a fotografie se ve většině reportáží nepřekrývaly.

[40] Kompletní rozhovor je umístěn v příloze č. 1.

5.1.1. Analytický obraz reportáže čísla 8

Celkový rozsah reportáže „Psí život“ činil tři strany a to strany 22 až 24. Reportáže vždy začínaly na dvoustraně kvůli velkým úvodním fotografiím a pokračovaly na třetí straně.

Text tvořil polovinu obsahu, druhá polovina byla vyplněna fotografiemi (srov. obr. č. 4). Čtyři z nich zachycovaly některé z oslovených přímo při výkonu povolání, na největší úvodní vybral Petr Jedinák náhrobek psa. Tato fotografie zabírala dvě třetiny prostoru na výšku a stranu a čtvrt na šířku, pod ní byl v levém rohu umístěn perex. Převažující barvou titulku byla černá.

Obrázek č. 4

Reportáž se věnovala službám, jaké dnes společnost psům nabízí. Novinář Pavel Kovář se v článku zaměřil na různá povolání, která se zabývala péčí o psa. Oslovil lékaře, hoteliéra, záchranné služby pro zvířata, kurátorku, hrobníka, malíře a majitele zvířecího krematoria. Každému věnoval v reportáži přibližně stejný prostor pro vyjádření a popis konkrétního povolání. Péče o psa, která se podobá péči o člověka, souvisí s novodobým přístupem a vývojem společnosti. Téma reportáže proto bylo zařazeno do kategorie Fenomén

5.1.2. Analytický obraz reportáže čísla 32

Článek „Léto v pohodě“ se nacházel na stranách šest až osm a měl tedy rozsah tři strany. Poměr fotografií a textu opět vycházel textu přesně na polovinu (srov. obr. č. 5). Fotodokumentaci zajistil Jan Šibík, který na sedmi fotografiích zachytil přípravu moderátorů

Obrázek č. 5

na vysílání. Největší fotografie i perex byly zasazeny podle stejné grafické šablony jako v čísle 8.

Titulek Léto v pohodě s převažující bílou barvou doplňoval podtitulek „Největší dobrodružství v dějinách českých televizí“. Autorem textu byl Tomáš Baldýnský, který velmi poutavě popisoval situaci v nově připravovaných studiích a také, jak se do nových prostor dostal. Reportáž podrobně popisovala souboj mezi společnostmi CET 21 a ČNT. Tento článek byl dále v analýze výběru témat zařazen do kategorie média.

5.1.3. Analytický obraz reportáže čísla 48

Číslo 48 obsahovalo rubriku reportáž dvakrát. Pro přehlednost je v níže uvedené tabulce třístranná reportáž nazvaná „Ufouni v Čechách“, která se nacházela na stranách 6-8, označená písmenem A. Jedna a čtvrt strana textu byla v menšině oproti pěti použitým fotografiím (srov. obr. č. 6).

Obrázek č. 6

Text zaujímal jednu stranu a jeden sloupec. Největší fotografie byla umístěna na straně šest a zobrazovala ředitele nadace, jak se hlavou opíral o kámen. Tato fotografie svými rozměry pokryla 75% strany, přičemž titulek a perex byly vsazeny do její horní části tvořené bílým pozadím. Převažující barvou titulku byla černá barva. Fotografii text nepřekrýval.

Článek popisoval činnost Menhirostavu, nadace pro záchranu a obnovu megalitických staveb. Jan Zvelebil se tak v textu věnoval donedávna neznámé skupině nadšenců. Text prokládal názory jak samotných členů, tak lidí, co s Menhirostavem přišli do styku. Téma článku bylo zařazeno do kategorie nevládní neziskové organizace, protože se tematicky věnuje náplni práce nadace.

Druhá reportáž v čísle 48 s názvem „Projít tajnostmi a lží“ se nacházela na stranách 26 až 28, v tabulce níže je jí přiděleno písmeno B. Článek o rozsahu tři strany vyplnil text a fotografie v poměru 1,75 : 1,25, přičemž největší z nich byla umístěna v polovině horní části

dvoustrany. Vlevo od ní byl umístěn černý titulek a pod ním byl perex. Strana 28 byla doplněna menší fotografií, většinu obsahu tvořil text.

Reportáž popisovala práci českých dokumentaristů na filmu „Mezi zaslepenými blázny“. Petr Bok a Martin Šmok byli autory filmového dokumentu i článku. Tematicky se reportáž zařadila do kategorie kultura.

5.1.4. Dílčí závěr – analýza zkoumaného vzorku roku 1999

Zkoumaný vzorek reportáží roku 1999 se věnoval výhradně tématům z České republiky. Tabulka č. 3 přehledně ukazuje zjištěné údaje. Text a fotografie byly v celkovém průměru ve vyváženém poměru.

Rozsah reportáží odpovídal vždy třem stranám v časopise. V titulcích převažovalo použití černé barvy, pro zvýraznění byla výjimečně zvolena červená nebo žlutá barva, ale vždy jen pro některá písmena, nikoliv pro celý titulek.

Závěru analýzy odpovídá i popis grafické úpravy reportáží Tomášem Feřtekem: „Reportáž se lámala do několika ustálených šablon, kde byla nastavená i velikost titulků. Jejich barva se buď nechávala v základní černé a bílé, někdy se ladila do tónu fotografií (hnědá, fialová atd.). To jsme pořád pracovali s původní grafickou šablonou, jak ji nastavil Aleš Najbrt a upravoval Jan Gabler.“[41]

Fotografie lemoval úzký černý rám, který je přehledně odděloval od textu. V prostoru vymezeném pro reportáže nebyla přímo vložena inzerce, ta byla vždy umístěna na celé straně za reportáží.

Tabulka č. 3: Komparace reportáží roku 1999

Reportáže	**1999 č. 8**	**1999 č. 32**	**1999 č. 48 A**	**1999 č. 48 B**	**Celkem/Průměr**
Celkový počet stran	3	3	3	3	12 / 3
Počet stran fotografií	1,5	1,5	1,75	1,25	6 / 1,5
Počet stran textu	1,5	1,5	1,25	1,75	6/ 1,5
Inzerce	0	0	0	0	0

[41] Kompletní rozhovor s Tomášem Feřtekem je uveden v příloze č. 1.

5.2. Analýza reportáží roku 2009

Rozvržení obsahu reportáží záviselo stejně jako v roce 1999 na grafické šabloně. Ta prošla několika změnami, přičemž velmi podstatná proběhla už v roce 2001: „S radikální změnou grafické šablony, k níž došlo v roce 2001 s nástupem Marka Pistory, se změnilo písmo, styl titulků i způsob lámání […] “.[42]

K rozsahu reportáží Marek Hudema, šéfreportér roku 2009, uvádí: „Spíše než znaky se to měřilo stránkami. Ale pokud si pamatuji, bylo to od zhruba devíti tisíc znaků po osmnáct tisíc.“[43] Před provedením analýzy zkoumaného vzorku je pro představu na obrázku č. 7 zobrazena reportáž čísla 12 z roku 2009.

Obrázek č. 7

Reportáž tvořilo šest stran v časopise. Na první dvoustraně byla umístěna pouze jedna velká fotografie a v pravém dolním rohu titulek, který ji překrýval. Pravý horní roh obsahoval popisek. První stranu reportáže doplnila vlevo nahoře červená lišta, kde byl napsán název rubriky a jména autorů. Třetí a čtvrtá strana reportáže byla opět tvořena jednou velkou fotografií, v levém horním rohu dvoustrany ji překrýval perex. Poslední dvě strany už obsahovaly text členěný do čtyř sloupců a čtyři menší fotografie.

5.2.1. Analytický obraz reportáže čísla 8

Reportáž „Sláva Ájatolláhům!“ tematicky konkretizoval podtitulek „Írán oslavil třicet let revoluce voláním po smrti“. Článek byl umístěn na stranách 66-71.

Strany 66-69 vyplňovaly dvě fotografie (srov. obr. č. 8). První z nich zobrazovala křičící Íráčany, jak pálili americkou vlajku, druhá ženu držící vlajku s přilepenou botou. Titulek článku byl umístěn ve spodní části fotografie za použití velkého tučného červeného písma. Popisky k fotkám byly umístěny v pravém rohu každé dvoustrany. Perex si čtenář přečetl na čtvrté straně v pravém dolním rohu. Stranu 70 a 71 kromě textu členěného do čtyř sloupců

[42] O radikální změně hovoří v rozhovoru, který je v kompletním znění uveden v příloze č. 1., Tomáš Feřtek.
[43] Kompletní rozhovor s bývalým šéfreportérem Markem Hudemou je uveden v příloze č. 2.

s třemi mezititulky vyplnilo celkem pět fotografií a jedno inzerentní sdělení. Celkový poměr textu a fotografií vycházel v této reportáži 1:4,5, polovinu strany vyplnila inzerce.

Obrázek č.8

Strana 66, první strana reportáže, měla nahoře umístěnou lištu, v níž se v červeném rámečku označovala daná rubrika. Dále byla v liště dvě šedivá pole obsahující jména autorů, v tomto případě Jana Šibíka ve spolupráci s Danem Hrubým. Pro text v liště se použila bílá barva.

Autor často používal zvolací věty a pro vyjádření napětí využíval i grafického aspektu. Některá podstatná jména nechával osamocená na řádku jako samostatně stojící větné členy, které byly odděleny tečkami. Téma bylo zařazeno do kategorie konflikty.

5.2.2. Analytický obraz reportáže čísla 38

Na stranách 58 až 63 se nacházela reportáž „Ptáčci s polámanými křídly“. Strany 58 a 59 patřily jediné fotografii doplněné popiskem umístěným v pravém horním rohu. Popisek ohraničoval bílý podklad, použito bylo černé písmo. Perex článku umístili do levé horní části strany 58, napsán byl bílým a červeným velkým písmem. Jméno autorky textu Veroniky Bednářové a fotografa Jana Šibíka se nacházelo pod perexem. Levý horní roh strany 58 ještě doplňovala červená lišta, ve které se bílým písmem označoval název rubriky (srov. obr. č. 9). Na stranách 60–63 byl samotný text reportáže, strukturovaný do čtyř sloupců, umístěn vždy ve spodní polovině stran. Horní poloviny stran tvořily celkem čtyři fotografie, jejichž levý spodní roh vyplňovaly popisky.

Obrázek č.9

Text doplňovalo pět mezititulků a dva backgroundy, které od ostatního textu rozlišovalo šedivé pozadí. Dovysvětlovaly děstké transporty obecně a vyprávěly příběh samotného Nicholase Wintona. Celkový poměr textu a fotografií vyšel v poměru 1:2. Velký titulek byl vytištěn tučným červeným písmem, doplnil ho podtitulek „Wintonovy děti, zachráněné před holocaustem, se po sedmdesáti letech znovu vydaly z Prahy do Londýna“.

Reportáž postupně popisovala příběh osmi Wintonových dětí a byla zvoleným tématem zařazena do kategorie historie.

5.2.3. Analytický obraz reportáže čísla 43

Reportáž „Alkoholky a ty druhé“ se nacházela na stranách 36-41. První dvoustranu vyplnily ze dvou třetin fotografie, velká úvodní a tři menší (srov. obr. č. 10). V levém horním rohu strany 36 se v červené liště bílým písmem označovala rubrika. Pod lištou byl na deseti řádcích perex napsaný bílým písmem, pod ním jména autorky Olgy Myslivečkové a fotografa Stanislava Krupaře.

Obrázek č. 10

Text pod fotografiemi se lomil do čtyř sloupců. Horní polovinu stran 38 a 39 opět zaplnily fotografie. V pravé spodní části strany 39 byl umístěn background, který odlišoval šedivý podklad. Poslední dvě strany reportáže byly také horizontálně rozděleny na poloviny. Ve spodní části obou stran byla umístěna inzerce, horní část vyplňoval text. Poslední stranu kromě textu tvořila fotografie na čtvrtinu strany. V reportáži bylo umístěno devět mezititulků. Poměr fotografií a textu činil 2, 75 : 2,25, jednu stranu vyplnila inzerce.

Reportérka popisovala příběhy několika žen závislých na alkoholu a jiných drogách a jejich den v léčebně. Téma reportáže bylo zaneseno do kategorie drogy.

5.2.4. Dílčí závěr – analýza zkoumaného vzorku 2009

Přehledné zpracování zjištěných informací je uvedeno v tabulce č. 4. Reportáže zkoumaného vzorku roku 2009 se věnovaly českým i zahraničním tématům. Důraz byl kladen

na obrazovou část časopisu, která zaujímala přes polovinu celkového rozsahu šesti stran. Průměrný poměr fotografií a textu vychází ve zkoumaném vzorku 3,75 : 1,75 strany, přičemž text překrýval fotografie, které mnohdy působily jako pouhé pozadí. V prostoru vyhrazeném pro reportáže byla umístěna i inzerce. Pro titulky a zvýraznění textu se volila červená barva. Perexy článků přímo nenavazovaly na text, který byl umístěn o dvě strany dále.

Tabulka č. 4: Komparace reportáží roku 2009

Reportáže	**2009 č. 8**	**2009 č. 38**	**2009 č. 43**	**Celkem/Průměr**
Stran celkem	6	6	6	18 / 6
Počet stran fotografií	4,5	4	2,75	11,25 / 3,75
Počet stran textu	1	2	2,25	5,25 / 1,75
Inzerce	0,5	0	1	1,5 / 0,5

5.2.5. Dílčí závěr – komparace reportáží obou zkoumaných vzorků

Reportáže časopisu Reflex se změnily v mnoha ohledech. Došlo ke změně rozsahu, poměru fotografií a textu, obsahu inzerce, ale hlavně ke změně grafické podoby. Z textově nasycených a obsáhlých reportáží se staly téměř fotoreportáže. V roce 2009 obsahovaly reportáže jednou tolik fotografií než textu, pro zvýraznění se využívala červená barva evokující agresivitu.

Reportáže v roce 2009 doplňovaly titulky připomínající titulky bulvární. „Bulvární titulky vynikají velikostí písma, barevnými rastry a rámečky. Doplňují je barevné fotografie s rozsáhlými popiskami. To mnoha čtenářům stačí k uspokojení zájmu o téma, a proto vlastní texty často ani nečtou.“[44] Ačkoliv Bartošek popisuje projevy bulvarizace ve zpravodajství, jeho charakteristika odpovídá vývoji vzhledu Reflexu.

Úvodní fotografie překrývaly titulky a perex, kterým začínala každá reportáž. Text pokračoval až na dalších stranách. Čtenář mohl perex přehlédnout a po té mu úvod reportáže

[44] Daneš 1997, s. 65.

nedával smysl. U fotografií nedošlo k výrazné změně počtu, ale jejich velikosti. Také se změnila kvalita fotografií, přičemž úzce souvisela s vývojem techniky během deseti let.

V roce 1999 se reportáže vyznačovaly zajímavými slovními obraty, které čtenáře vedly k zamyšlení a udržovaly jeho pozornost. Ačkoliv témata nebyla sama o sobě senzacemi, autoři článků je proměnili v nejzajímavější část časopisu kvůli stylu pojetí. Styl Reflexu v roce 2009 v rozhovoru popsal Tomáš Feřtek tak, že „[…] v něm přes všechnu výraznost a pestrost trochu příliš převládá gesto nad sdělením a obsahem.“[45]

O tom, že pro časopis přestala být rubrika reportáží tou zásadní vypovídá její přesun do druhé poloviny časopisu. V roce 1999 začínaly vybrané reportáže na stranách 8, 24 a 8. V roce 2009 se posunuly na strany 62, 36, 66 a 26. Celkový rozsah časopisu se ale výrazně nezměnil. Každé číslo má v závislosti na různých přílohách jiný počet stran, průměrně ale zkoumaný vzorek roku 1999 tvořilo 70 stran a roku 2009 74 stran.

5.3. Komparace použitých barev v titulcích reportáží

Grafickou podobu reportáží určují také titulky. Komparace použitých barev v titulcích reportáží tak rámcově zapadá do analýzy proměn grafického hlediska této rubriky. Pro přehledné srovnání byla vytvořena tabulka č. 5 umístěná níže.

Tabulka č. 5: Přehled použitých titulků a jejich barev v reportážích

	Titulky použité v reportážích				
1999	text titulku	barva	**2009**	text titulku	barva
1.	KAŽDÝ DEN ODVAHU		1.	DO KASIČEK NEDÁVEJTE!	
2.	ENDLERŮV SEZNAM		6.	VARUJI TĚ, PŘESTAŇ S TÍM!	
4.	MĚSTO NA ODPIS		8.	SLÁVA ÁJATOLLÁHŮM!	
6.	ULÁNBÁTÁR UVIDĚT A ZEMŘÍT		9.	SLAVNOSTI ŠOUPANÉ / SBOHEM KOMORO!	
8.	PSÍ ŽIVOT		11.	BIOŠÍLENSTVÍ JE TU!	
9	MEZI NÁMI TUČŇÁKY		12.	POTOMCI MAHARALA	
10.	NEBEŠTÍ JEZDCI V ROCE NULA		13.	DESET LET NA FETU	
11.	MAŇANA ZNAMENÁ KLÍDEK		15.	NEBE-JAKÉ TO TAM JE? / SAMOTÁŘ V SEATTLU / NEVOLNÍCI V ČESKU	
12.	SKOTSKÝ BŮH JE KULATÝ		16.	URAN JE KRÁSNÁ VĚC	
13.	TANEC KOLEM MASA		17.	MĚSTO OČIMA PSA	
			25.	SEN O ŽLUTÉM KABRIOLETU	
14.	VPŘED MÉ RAJČE NA NATO		27.	DEN POTÉ	
15.	BALADA O VERUNĚ		28.	ROZSÉVAČI	

[45] Kompletní rozhovor s Tomášem Feřtekem je uveden v příloze č. 1.

16.	NENÍ ČERNÁ/NENÍ BÍLÁ		
17.	VÁLKA Z DRUHÉ STRANY		
18.	CHASA UŠLECHTILÁ		
19.	STRACH Z PLESNIVÉHO		
20.	EXPLOZE		
21.	JEN SILNÍ MOHOU VOLIT		
22.	NIC NEŽ FIKCE		
23.	LIDICKÉ PAMPELIŠKY		
25.	MÍSTO SKALPELŮ LOPATY		
26.	NEJSME JAKO VY		
27.	MIMO MAPU		
28.	KOHOUTCI		
30.	HRA NA VOJÁKY		
31.	PEŘÍČKA		
32.	LÉTO V POHODĚ		
33.	DŮM MRTVÝCH		
34.	VOLBY JAKO NIC		
35.	POSLEDNÍ ÚŘEDNÍK ZHASNE		
36.	VÁLKA OSLŮ		
37.	VĚCI, VĚCI, LIDÉ, VĚCI		
38.	JINÁ DUKLA		
39.	JULIE A SPOL		
41.	VESNICE KDE TO FUNGUJE		
42.	OLYMPIJSKÝ VÝLET		
46.	HODY, MILÉ HODY	PALÁC MÍSTO ŽALÁŘE	
47.	VES V DOMĚ, NÁVES V HOSPODĚ		
48.	UFOUNI V ČECHÁCH	PROJÍT TAJNOSTMI A LŽÍ	
49.	TELEVIZE NA ZKOUŠKU		
50.	POUTNÍK	CUKR A BIČ	
51.	DOMY UPROSTŘED PROUDU		
52.	KUJEBÁCI VŠECH REGIONŮ, SPOJTE SE	MASKA	

29.	MICHAEL JACKSON	MARXISMUS, MODEL 2009	
33.	POHŘEB		
34.	EMANCIPACE ŠLAPKY		
35.	MÁME SE BÁT MEŠIT?		
36.	STODOLNÍ 2009		
37.	ŠTĚSTÍ VE TMĚ		
38.	PTÁČCI S POLÁMANÝMI KŘÍDLY		
39.	PŮLNOČNÍ MASAKR		
41.	SVÁTEK OPILÉHO ŘEVU		
43.	ALKOHOLKY A TY DRUHÉ		
44.	PILIPOVO VĚZEŇSKÉ BLUES		
45.	V ZEMI ÚPLATKŮ A TÁLIBÁNU		
47.	MOCNÁ PRAŽSKÁ PARTA		
48.	JEDEN ZE STA		
50.	NAVONĚNÁ ZDECHLINA		
51.-52.	KDYŽ SE GURU PERE O DĚDICTVÍ		

Z komparace zjištěných informací vyplývá, že převažující barvou pro titulky v roce 1999 byla černá, pro rok 2009 červená. Nejvýraznějším rozdílem v titulcích reportáží bylo grafické znázornění. Titulky reportáží z roku 1999 kromě méně sytých a výrazných barev nesly i menší velikost. V mnoha případech můžeme hovořit o dvojnásobném zvětšení v roce 2009, kdy se používala velká tučná písmena a písmena se táhla přes šířku dvou stran.

Nutné je dodat, že v roce 1999 byla používána také červená a ostatní barvy, ale vždy jen na zvýraznění jednoho až pěti písmen, či jako podkladová barva pro bílý text. Výsledek komparace doplňuje Tomáš Feřtek, který k otázce, zda ze jeho působení narůstaly tendence ke zvětšování a zesilování používání červené barvy hodnocené jako agresivní odpovídá: „Popravdě řečeno, barvy titulků nebo jejich velikost se v té době na poradách příliš neřešily. Reportáž se lámala do několika ustálených šablon, kde byla nastavená i velikost titulků. Jejich barva se buď nechávala v základní černé a bílé, někdy se ladila do tónu fotografií (hnědá, fialová atd.). To jsme pořád pracovali s původní grafickou šablonou, jak ji nastavil Aleš Najbrt a upravoval Jan Gabler.“[46]

Rok 2009 se vyznačoval agresivnějším stylem v kombinaci i intenzitě barev. Celková stavba textu titulků byla odlišná. Celkem v sedmi titulcích v reportážích roku 2009 bylo použito interpunkční znaménko, z toho v pěti případech vykřičníky a ve dvou otazníky. Za zdůraznění stojí, že vykřičníky se vyskytly pouze v pěti prvních reportážích roku 2009. Od rozkazovacích vět se v ostatních číslech upustilo. Některé z výše zmíněných projevů mohou být hodnoceny jako tendence bulvarizace. Takové směřování redakce, ale bývalý šéfreportér Marek Hudema odmítá: „ Za titulky, jejich velikost a barvu, odpovídal art director, případně grafik, později se k tomu vyjadřoval i šéfredaktor. Rozhodně nešlo o bulvarizaci, spíše o snahu o určitý design. Bulvarizace se redakce obávala spíše u obsahu, než u titulků.“[47]

5.4. Analýza témat reportáží

Tato podkapitola naplní hlavní oblast výzkumu, stejně jako celá kapitola sedm. Přesto je specifická svým konkrétním zaměřením, které nejpřesněji zapadá do hlavního cíle. Kromě proměn časopisu zároveň poukazuje na roli šéfredaktorů ve směřování časopisu.

V nastolování témat, o kterých lidé diskutují a přemýšlejí, sehrávají média důležitou roli, a to si sama uvědomují. Proto je důležité vyzdvihnout, že výzkumem nedochází pouze k analýze konkrétní rubriky, ale reflexi celkového směřování časopisu.

5.4.1. Kategorizace časopisů výzkumného vzorku

Před samotnou analýzou bylo nutné vymezit kategorie témat pro zařazování článků. Jednotlivé kategorie byly nastoleny velice obecně v celkovém počtu šesti témat. Po přečtení všech reportáží vyplynulo, že rozřazení by bylo více než Prokrustovým ložem, o kterém

[46] Kompletní rozhovor s Tomášem Feřtekem je uveden v příloze č. 1.
[47] Kompletní rozhovor s Markem Hudemou je uveden v příloze č. 2.

v souvislosti s komparativní analýzou hovoří J. Šanderová.[48] Proto byla skupina témat pro rozřazení rozšířena na celkový počet šestnáct, podrobně jsou rozepsány v kapitole 1.3.

Konečné rozřazení proběhlo na základě zjištění obsahu všech reportáží a následného zapsání ústředního, jednoznačně převažujícího, tématu. Náměty se v osmdesáti číslech opakovaly a postupně vytvořily níže popsané kategorie. U zařazených článků vždy uveden název reportáže a číslo časopisu, ve kterém vyšly.

Kategorizací byly také zjištěny zásadní informace o celkovém počtu reportáží. V roce 1999 vyšlo celkem 52 čísel Reflexu. V devíti číslech se neobjevila reportáž vůbec, ve čtyřech číslech byla tato rubrika dvakrát, celkem tedy vyšlo 47 reportáží.

Reflex v roce 2009 otisknul 53 čísel, ale číslo 51 a 52 bylo sloučeno do jednoho, čili počet kusů časopisu byl 52. Navíc v roce 2009 vznikl „Podzimní speciál osudy dvacetiletí", který nebyl do analýzy přidán z důvodu jasného zaměření na jedno konkrétní téma. Z celkového počtu neobsahovalo reportáž 23 časopisů. Stejně jako v roce 1999 obsahovala tři čísla rubriku vícekrát, za rok 2009 celkem vyšlo 33 reportáží v 29 časopisech. Jak je již zmíněno v kapitole 1.4 témata jsou dohromady analyzována u 80 reportáží.

Před analýzou jednotlivých témat došlo k rozdělení reportáží podle zemí, o kterých pojednávají, a to z důvodu zjištění, zda převládají česká, či zahraniční témata. Výsledná zjištění ilustruje tabulka č. 6.

U obou zkoumaných let jednoznačně dominují česká témata. Rok 1999 se českým tématům věnoval ve 30 reportážích, tedy v 64 % článků v rubrice. Zbývající část se věnovala ve třech článcích tématům z Kosova, a dvěma články tématům z Ruska, Jugoslávie a Slovenska. Jedním článkem, byly zastoupeny Izrael, Mongolsko, USA, Řecko, Skotsko, Čečensko, Bělorusko, Německo a Albánie. K výběru převážně českých témat se Tomáš Feřtek vyjadřuje: „Reflex patřil k časopisům, kde se ta zahraniční témata objevovala výrazně častěji než v jiných týdenících. A dokonce i cestovní rozpočty byly v té době na české poměry velmi velkorysé. I tak pořád platí, že u českého média i výrazný zájem o zahraničí znamená, že vždy budou taková témata v menšině a to výrazné menšině."[49]

[48] Šanderová v knize *Jak číst a psát odborný text* na straně 71. uvádí, že každá komparace je ve výsledku nějakým typem klasifikace, která je vždy tzv. Prokrustovým ložem. Zároveň vysvětluje, že Prokrústés je řecká mytologická postava, loupežník. Ten zval pocestné na své lóže, kde je surově přizpůsoboval jeho rozměrům.
[49] Kompletní rozhovor s bývalým šéfreportérem Tomášem Feřtekem je uvden v příloze č. 1.

Tabulka č. 6: Rozdělení reportáží dle geografického aspektu

1999		2009	
ČR	29	**ČR**	19
není reportáž	9	**není reportáž**	20
Kosovo	3	**fotoreportáž**	3
Rusko	2	**Německo**	3
Jugoslávie	2	**Rumunsko**	3
Slovensko	2	**Írán**	1
Izrael	1	**USA**	2
Mongolsko	1	**Indie**	1
USA	1	**Afghánistán**	1
Řecko	1	**Ukrajina**	1
Skotsko	1	**Anglie**	1
Čečensko	1	**Nezařazené**	1
Bělorusko	1		
Německo	1		
Albánie	1		

V roce 2009 se poměr českých témat snížil na 19 reportáží, tedy 58% článků. Tři reportáže se věnovaly tématům z Německa a Rumunska. Dvě reportáže obsahovaly téma z USA. Jeden článek se zaměřil na téma z Íránu, Indie, Afghánistánu, Ukrajiny a Anglie. Jedna z reportáží se věnovala tématu o nebi, proto nemohla být zařazena do žádné ze zemí. V roce 2009 byly v Reflexu také tři fotoreportáže, které nejsou do analýzy zahrnuty, protože práce se zabývá výhradně rubrikou reportáž.

Oba ročníky se s převahou věnují tématům z evropských zemí, v roce 1999 v celkovém počtu 44 článků, v roce 2009 s počtem 26 článků.

Pro snazší orientaci je kategorizace graficky znázorněná v tabulkách č. 7 a 8 níže, přičemž v každé z nich je zanesen titulek reportáže, zařazení tématu, a země, které se reportáž týká.

Tabulka č. 7: Rozřazení témat reportáží Reflexu 1999

číslo	titulek reportáže	téma	země
1.	KAŽDÝ DEN ODVAHU	nevládní organizace	ČR
2.	ENDLERŮV SEZNAM	nevládní organizace	ČR
4.	MĚSTO NA ODPIS	život na kraji světa	Rusko
6.	ULÁNBÁTÁR UVIDĚT A ZEMŘÍT	život na kraji světa	Mongolsko
8.	PSÍ ŽIVOT	fenomén doby	ČR
9	MEZI NÁMI TUČŇÁKY	kultura	USA
10.	NEBEŠTÍ JEZDCI V ROCE NULA	vojenství	ČR

11.	MAŇANA ZNAMENÁ KLÍDEK		kultura		ČR	
12.	SKOTSKÝ BŮH JE KULATÝ		sport		Skotsko	
13.	TANEC KOLEM MASA		život na kraji světa		ČR	
14.	VPŘED MÉ RAJČE NA NATO		konflikty		Rusko	
15.	BALADA O VERUNĚ		nevládní organizace		ČR	
16.	NENÍ ČERNÁ/NENÍ BÍLÁ		konflikty		Jugoslávie	
17.	VÁLKA Z DRUHÉ STRANY		konflikty		Jugoslávie	
18.	CHASA UŠLECHTILÁ		vojenství		ČR	
19.	STRACH Z PLESNIVÉHO		specifika zahraničí		Bělorusko	
20.	EXPLOZE		politika		Slovensko	
21.	JEN SILNÍ MOHOU VOLIT		politika		Izrael	
22.	NIC NEŽ FIKCE		vojenství		ČR	
23.	LIDICKÉ PAMPELIŠKY		historie, památníky		ČR	
25.	MÍSTO SKALPELŮ LOPATY		nevládní organizace		Albánie	
26.	NEJSME JAKO VY		konflikty		Kosovo	
27.	MIMO MAPU		konflikty		Kosovo	
28.	KOHOUTCI		kultura		ČR	
30.	HRA NA VOJÁKY		vojenství		Kosovo	
31.	PEŘÍČKA		ostatní		ČR	
32.	LÉTO V POHODĚ		média		ČR	
33.	DŮM MRTVÝCH		ostatní		ČR	
34.	VOLBY JAKO NIC		politika		ČR	
35.	POSLEDNÍ ÚŘEDNÍK ZHASNE		specifika zahraničí		Německo	
36.	VÁLKA OSLŮ		konflikty		Čečensko	
37.	VĚCI, VĚCI, LIDÉ, VĚCI		nevládní organizace		ČR	
38.	JINÁ DUKLA		historie, památníky		Slovensko	
39.	JULIE A SPOL		nevládní organizace		ČR	
41.	VESNICE KDE TO FUNGUJE		život na kraji světa		ČR	
42.	OLYMPIJSKÝ VÝLET		sport		Řecko	
46.	HODY, MILÉ HODY	PALÁC MÍSTO ŽALÁŘE	život na kraji světa	specifika ČR	ČR	ČR
47.	VES V DOMĚ, NÁVES V HOSPODĚ		život na kraji světa		ČR	
48.	UFOUNI V ČECHÁCH	PROJÍT TAJNOSTMI A LŽÍ	nevládní organizace	kultura	ČR	ČR
49.	TELEVIZE NA ZKOUŠKU		média		ČR	
50.	POUTNÍK	CUKR A BIČ	specifika ČR	politika	ČR	ČR
51.	DOMY UPROSTŘED PROUDU		historie, památníky		ČR	
52.	KUJEBÁCI VŠECH REGIONŮ, SPOJTE SE	MASKA	politika	ostatní	ČR	ČR

Tabulka č. 8: Rozřazení témat reportáží Reflexu 2009

Rozřazení témat reportáží Reflexu 2009			
číslo	**titulek reportáže**	**téma**	**země**
1.	DO KASIČEK NEDÁVEJTE!	nevládní organizace	ČR
6.	VARUJI TĚ, PŘESTAŇ S TÍM!	fenomén doby	ČR

8.	SLÁVA ÁJATOLLÁHŮM!			konflikty			Irán		
9.	SLAVNOSTI ŠOUPANÉ	SBOHEM KOMORO!		sport	politika		ČR	ČR	
11.	BIOŠÍLENSTVÍ JE TU!			fenomén doby			Německo		
12.	POTOMCI MAHARALA			náboženství			ČR		
13.	DESET LET NA FETU			drogy			Rumunsko		
15.	NEBE-JAKÉ TO TAM JE?	SAMOTÁŘ V SEATTLU	NEVOLNÍCI V ČESKU	ostat-ní	kul-tura	specifika ČR	Nebe	USA	ČR
16.	URAN JE KRÁSNÁ VĚC			specifika ČR			ČR		
17.	MĚSTO OČIMA PSA			ostatní			Rumunsko		
25.	SEN O ŽLUTÉM KABRIOLETU			ostatní			ČR		
27.	DEN POTÉ			neštěstí			ČR		
28.	ROZSÉVAČI			fenomén doby			ČR		
29.	MICHAEL JACKSON	MARXISMUS, MODEL 2009		kultura	politika		USA	Anglie	
33.	POHŘEB			neštěstí			Rumunsko		
34.	EMANCIPACE ŠLAPKY			fenomén doby			Německo		
35.	MÁME SE BÁT MEŠIT?			náboženství			ČR		
36.	STODOLNÍ 2009			kultura			ČR		
37.	ŠTĚSTÍ VE TMĚ			specifika zahraničí			Indie		
38.	PTÁČCI S POLÁMANÝMI KŘÍDLY			historie, památníky			ČR		
39.	PŮLNOČNÍ MASAKR			historie, památníky			ČR		
41.	SVÁTEK OPILÉHO ŘEVU			specifika zahraničí			Německo		
43.	ALKOHOLKY A TY DRUHÉ			drogy			ČR		
44.	PILIPOVO VĚZEŇSKÉ BLUES			politika			ČR		
45.	V ZEMI ÚPLATKŮ A TÁLIBÁNU			vojenství			Afganistán		
47.	MOCNÁ PRAŽSKÁ PARTA			politika			ČR		
48.	JEDEN ZE STA			fenomén doby			Ukrajina		
50.	NAVONĚNÁ ZDECHLINA			specifika ČR			ČR		
51.-52.	KDYŽ SE GURU PERE O DĚDICTVÍ			náboženství			ČR		

5.4.1.1. Téma nevládní organizace

Do kategorií nevládní organizace byly zařazeny všechny reportáže tykající se poskytování humanitární pomoci, neziskových organizacích a občanských sdružení, přičemž v roce 1999 se jednalo nejčetnější téma. Do této kategorie patří reportáže čísel 1 „Každý den odvahu“, 2 „Endlerův seznam“, 15 „Balada o Veruně“, 25 „Místo skalpelů lopaty“, 37 „Věci, věci, lidé, věci“, 39 „Julie a spol“ a 48 „Ufouni v Čechách“. Rok 2009 už s tímto tématem pracuje pouze okrajově, zařazena byla reportáž čísla 1 „Do kasiček nedávejte!“.

V této kategorii je nutné zmínit rozdíl ve způsobu podání tématu. Zatímco starší ročník podává informace o činosti neziskových organizací ve spojení s kladnými informacemi a hodnocením, v roce 2009 se Reflex v jediném článku s tematikou nevládních organizací vyjadřuje negativně. Opačný přístup vyplývá již z titulků. Pro první číslo roku 1999 byl

použit titulek „Každý den odvahu“, první číslo 2009 uvedlo reportáž titulkem „Do kasiček nedávejte!“.

5.4.1.2. Téma život na kraji světa

Kategorie život na kraji světa představuje reportáže z neznámých oblastí v zahraničí a z vesnického prostředí v Čechách. Specifikem kategorie byl příběh lidí a popis jejich stylu života, tradic a prostředí, ve kterém žijí. V roce 1999 bylo tomuto tématu věnováno šest reportáží v číslech 4 „Město na odpis“, 6 „Ulánbátár uvidět a zemřít“, 13 „Tanec kolem masa“, 41 „Vesnice kde to funguje“, 46 „Hody, milé hody“ a 47 „Ves v domě, náves v hospodě“. Naproti tomu o deset let později témata z českého vesnického prostředí zcela vymizela a v roce 2009 je v Reflexu nenajdeme.

5.4.1.3. Téma konflikty

Samotný název vypovídá o svém obsahu. Začleněny sem byly veškeré reportáže týkající se válečných konfliktů a demonstrací. Zvýšená pozornost věnovaná konfliktům v roce 1999 souvisí se vstupem České republiky do NATO a s následnou válkou v Kosovu, čemuž odpovídalo i zaměření článků. V roce 1999 do této kategorie patřilo šest reportáží čísel 14 „Vpřed mé rajče NATO“, 16 „Není černá/není bílá“, 17 „Válka z druhé strany“, 26 „Nejsme jako vy“, 27 „Mimo mapu“ a 36 „Válka oslů“. Rok 2009 se konfliktům příliš nevěnoval, zařazena byla pouze reportáž číslo 8 „Sláva Ájatolláhům!“.

5.4.1.4. Téma specifika ČR

Do kategorie specifika ČR byla řazena témata typická pro události týkající se dění na území České republiky, která zároveň nebyla zařaditelná do jiných kategorií. V roce 1999 se jednalo o dvě reportáže z čísel 46 „Palác místo žaláře“ a 50 „Poutník“. O deset let později patřily do této kategorie tři články z čísel 15 „Nevolníci v Česku“, 16 „Uran je krásná věc“ a 50 „Navoněná zdechlina“.

5.4.1.5. Téma fenomén doby

Kategorie fenomén doby sloučila veškerá témata věnující se problémům, aktivitám a novinkám souvisejícím s vývojem doby. Převážně se jednalo o články věnující se společenským problémům. Ročník 1999 časopisu Reflex obsahoval pouze jednu reportáž s takovým tématem a to v čísle 8 „Psí život“. Naproti tomu v roce 2009 patřila tato kategorie

k nejobsáhlejším, zařazena sem byla čísla 6 „Varuji tě, přestaň s tím“, 11 „Biošílenství je tu“, 28 „Rozsévači“, 34 „Emancipace šlapky“ a 48 „Jeden ze sta“.

5.4.1.6. Téma politika

Politika patří v oblasti žurnalistiky k nejčastějším námětům. Nezávisle na vývoji doby budou tato témata vždy sledovaná, což potvrzuje i výsledek analýzy v této kategorii. Rok 1999 čítal pět reportáží s politickou tématikou v konkrétních číslech 20 „Exploze“, 21 „Nic než fikce“, 34 „Volby jako nic“, 50 „Cukr a bič“, a 52 „Kujebáci všech regionů, spojte se“. V roce 2009 se politice věnovaly čtyři články v rubrice reportáž z čísel 9 „Sbohem komoro!“, 29 „Marxismus, model 2009“, 44 „Pilipovo vězeňské blues“ a 47 „Mocná pražská parta“.

5.4.1.7. Téma média

Informacím ze světa médií se Reflex věnoval pouze v roce 1999. Tomuto tématu byly věnovány dvě reportáže v číslech 32 „Léto v pohodě“ a 49.„Televize na zkoušku“. Rok 2009 se oblasti médií v rubrice reportáží zcela vyhnul.

5.4.1.8. Téma náboženství

Do kategorie náboženství byly řazeny reportáže, které popisovaly náboženské problémy, zvyky a náboženské komunity. V roce 1999 se ve zkoumané rubrice tomuto tématu Reflex vůbec nevěnoval. V roce 2009 vyšly celkem tři články s tímto ústředním námětem, konkrétně v čísla 12 „Potomci Maharala“, 35 „Máme se bát mešit?“ a 51 - 52 „Když se guru pere o dědictví“. Reportáže se zabývaly výhradně menšinovými komunitami různých náboženských skupin v České republice.

5.4.1.9. Téma sport

Reportáže ze sportovních událostí nejsou pro Reflex typické, přesto se objevily v obou zkoumaných letech. Čísla 12 „Skotský bůh je kulatý“ a 42 „Olympijský výlet“ v roce 1999. Sportu se v roce 2009 věnuje číslo 9 reportáží „ Slavnosti šoupané“.

5.4.1.10. Téma drogy

Do této kategorie patřily všechny reportáže zabývající se drogovou závislostí. Tématem návykových látek se z porovnávaných let zabýval pouze Reflex 2009 a to v konkrétních číslech 13 „Deset let na fetu“ a 43 „Alkoholky a ty druhé“.

5.4.1.11. Téma kultura

Oblast kultury zahrnovala celkem sedm reportáží. V roce 1999 se reportáže Reflexu věnovaly kultuře v číslech 9 „Mezi námi tučňáky“, 11 „Maňana znamená klídek“, 28 „Kohoutci“, a 48 „Projít tajnostmi a lží“, přičemž první tři se zabývaly oblastí hudby a poslední dokumentárním filmem. O deset let později lze do kategorie kultury zařadit reportáže tři. V číslech 15 „Samotář v Seattlu“ a 29 „Michael Jackson“ je opět předmětem zájmu hudba, v čísle 36 „Stodolní 2009“ centrum kulturního vyžití.

5.4.1.12. Téma neštěstí, přírodní kalamity

Název této kategorie přesně definuje, čeho se zařazená témata týkala. Reportáže zabývající se tímto tématem se v roce 1999 vůbec nevyskytovaly. V roce 2009 sem lze zařadit článek o povodních v čísle 27 nazvaný „Den poté“ a reportáž z rumunského pohřbu z čísla 33 s názvem „Pohřeb“.

5.4.1.13. Téma historie, památníky

Historií a památníky se více zabývaly reportáže v roce 1999. Jednalo se o tři články v číslech 23 „Lidické pampelišky“, 38 „Jiná dukla“ a 51 „Domy uprostřed proudu“. Rok 2009 věnoval historickým tématům prostoru méně, tedy ve dvou číslech 38 „Ptáčci s polámanými křídly“ a 39 „Půlnoční masakr“.

5.4.1.14. Téma specifika zahraničí

Do kategorie specifika zahraničí se stejně jako do kategorie 3.4.5 řadila témata zabývající se typickými událostmi, ovšem mimo Českou republiku, která zároveň nebyla zařaditelná do jiných kategorií. Počet reportáží byl v obou letech totožný. Za rok 1999 do této kategorie byly začleněny články z čísel 19 „Strach z plesnivého“ a 35 „Poslední úředník zhasne“. V roce 2009 se o specifických zahraničních událostech psalo v číslech 37 „Štěstí ve tmě“ a 41 „Svátek opilého řevu“.

5.4.1.15. Téma vojenství

Do kategorie vojenství byly zařazeny články s tématy vojenských výcviků, jednání Severoatlantické aliance (NATO) a misí českých vojáků. V roce 1999 byla tato kategorie vzhledem k našemu vstupu do NATO na počet reportáží bohatší než rok 2009. Celkem vyšlo pět reportáží, které byly zařazeny do kategorie vojenství, z toho čtyři v roce 1999. Jednalo se o čísla 10 „Nebeští jezdci v roce nula“, 18 „Chasa ušlechtilá“, 22 „Nic než fikce“ a 30 „Hra

na vojáky“ z roku 1999. Zařazená reportáž z roku 2009 byla v čísle 45 pod názvem „V zemi úplatků a Tálibánu“.

5.4.1.16. Ostatní témata

Přes poměrně podrobné rozčlenění témat do jednotlivých kategorií se nepodařilo zařadit všechny články beze zbytku. Pro ně zbyla kategorie ostatní témata, kam za rok 1999 patřily reportáže z čísel 31 „Peříčka“, 33 „Dům mrtvých“ a 52 „Maska“. V roce 2009 se jednalo také o tři články z čísel 15 „Nebe – jaké to tam je?“, 17 „Město očima psa“ a 25 „Sen o žlutém kabrioletu“.

5.4.1.17. Komparativní analýza témat reportáží obou let

Rozčlenění témat dle jednotlivých kategorií přineslo fakta, která jsou popsána níže a pro přehlednost stručně shrnuta v tabulce č. 9.

Rok 1999 se v reportážích nejčastěji věnoval tématům v kategorii nevládní neziskové organizace s počtem sedmi článků. Šesti příspěvky byly zastoupeny kategorie život na kraji světa a konflikty. Ostatní kategorie se pohybovaly od pěti do jedné reportáže. Pět článků bylo zařazeno k tématům politika, čtyři k tématům kultura a vojenství (NATO, výcviky), po třech článcích se věnovalo tématu historie, památníky a ostatní témata. Dvě reportáže obsahovaly témata specifika ČR; média; sport a specifika zahraničí. Fenomén doby byl zastoupen jedním článkem.

V roce 2009 byla témata zastoupena jedním až třemi články v jedné kategorii. Výjimku tvořily pouze nejčetnější kategorie fenomén doby s pěti reportážemi a politika se čtyřmi. Kategorie specifika ČR, náboženství, kultura a ostatní témata tvořily vždy tři články. Po dvou jednotkách byly zastoupeny kategorie drogy; neštěstí, přírodní kalamity; historie, památníky a specifika zahraničí. Zbývající kategorie nevládní neziskové organizace, konflikty, sport, vojenství zastupoval vždy jeden článek.

Tabulka č. 9: Témata reportáží obou let

Témata reportáží	1999	2009
nevládní neziskové organizace	7	1
život na kraji světa	6	0
konflikty	6	1
specifika ČR	2	3
fenomén doby	1	5
politika	5	4
média	2	0

náboženství	0	3
sport	2	1
drogy	0	2
kultura	4	3
neštěstí, přírodní kalamity	0	2
historie, památníky	3	2
specifika zahraničí	2	2
vojenství (NATO, výcviky)	4	1
ostatní témata	3	3

Některé kategorie byly zastoupeny pouze v jednom ze dvou zkumaných let. Kategorie život na kraji světa a média patřily výhradně do ročníku 1999. Náboženství; drogy; neštěstí, přírodní kalamity byly zastoupeny články pouze v roce 2009.

5.4.2. Dílčí závěr – komparace témat reportáží obou let

Z poměru počtu reportáží vyplývá, že v roce 2009 byla tato rubrika oproti roku 1999 méně frekventovaná. V roce 1999 ji obsahovalo 90% vydaných časopisů, ale v roce 2009 bychom tuto rubriku nalezli pouze v 63,5%. Počet vydaných reportáži poklesl o necelou třetinu. Takové zjištění lze shrnout do závěru, že Reflex pomalu upouští od dříve zásadní rubriky a nahrazuje ji jinými.

Po komparaci zemí, kterým se reportáže věnovaly, došlo k výjimečné shodě obou let. V roce 1999 i 2009 se témata ze 60% zabývala problémy České republiky. Další obalstí zájmu byly evropské země a okrajově byla zapojena témata z Ameriky a Asie.

Ze zjištěného dále vyplývá, že Reflex roku 1999 volil pro reportáže nová témata a často čtenáři představoval zajímavá neznámá místa a jejich obyvatele. Tento fakt dokazuje vysoký počet v kategorii nevládní organizace a život na kraji světa, kde byla popisována činnost občanských sdružení a neziskových organizací, o kterých do té doby nemusel mít čtenář ani tušení. Na otázku do jaké míry je volba témat na redakci, a do jaké míry je ovlivněna jinými faktory, odpověděl Tomáš Feřtek: „Podle mého názoru v tom hraje klíčovou roli redakce a jí nastavený mechanismus, jak se témata vybírají a která témata vedení redakce považuje za klíčová a která za okrajová. V Reflexu se poměrně málo témat zadávalo, spíš se počítalo s tím, že reportéři budou nosit zajímavá témata z terénu a budou to především věci, o kterých se jinde moc často nepíše. […] Souviselo to také s tím, že Reflex byl tehdy stavěn jako

liberální časopis, který připouští poměrně široké názorové spektrum. To se myslím s odchodem Petra Bílka z pozice šéfredaktora jednoznačně změnilo.“[50]

Naproti tomu Reflex 2009 zpracovával témata, kterým se věnovala i ostatní média. Svou pozornost soustředil nejvíce na fenomény jaké nese dnešní vývoj společnosti a oblast politiky. Oblast neziskových organizací téměř vynechal. Takovou změnu výběru témat vysvětlil v rozhovoru Marek Hudema: „Změnila se společnost, to co ji trápí, a také to, co je nové. Neziskové organizace byly dost popsány, už tolik jako téma netáhli. Navíc Reflex měl převážně městské čtenáře, vesnice už také tolik netáhla. Bylo to samozřejmě dáno i složením autorského kolektivu.“[51]

[50] Kompletní rozhovor s Tomášem Feřtekem je v příloze č. 1.
[51] Kompletní rozhovor s Markem Hudemou je v příloze č. 2.

6. Analýza editorialů

Následující kapitola se věnuje komparaci editorialů, ve které je porovnáváno grafické i obsahové hledisko. Pozornost zaměřuje na rozsah textu, jeho rozložení a použití barev a také na jeho téma. Analýza editorialů patří k jednomu z dílčích cílů práce, přičemž její hlavní cíl je zachycení proměn mnohdy přehlížené, přesto podstatné, části časopisu.

6.1. Analytický obraz editorialů v roce 1999

Editorialy na straně tři byly tím prvním, s čím se čtenář po otevření časopisu setkal. V roce 1999 se strana tři lámala do čtyř sloupců. Pro editorialy byl vymezen levý sloupec, vždy zobrazen na černém podkladu, čímž byl oddělen od zbývajícího textu. Kvůli tmavé podkladové barvě bylo zvoleno bílé tučné písmo. V horní části sloupce byla umístěna fotografie autora, v případě roku 1999 šéfredaktora Reflexu Petra Bílka, a ve spodní části se nacházel jeho podpis. Rozsah příspěvku se pohyboval od 65 do 67 řádků, to odpovídalo přibližně 1860 až 1930 znakům. Dva až tři odstavce textu začínaly slovy „Vážení čtenáři“, přičemž pro písmeno „v“ je použita stejná grafika a červená barva jako pro písmeno „x“ (srov. obr. č. 11, 12, 13).

Obrázek č. 11 **Obrázek č. 12** **Obrázek č. 13**

K přímé sebepropagaci docházelo v editorialu čísla 8 a 48. V čísle 32 nebylo přímo upozorněno na obsah časopisu. Editorialy Petra Bílka se věnovaly tématice médií a jejich vývoji. Často negativně hodnotily směr, jakým se média ubírají, a snažil se zjistit, zda čtenáři Reflexu uvažují stejně či podobně. K zamyšlení je vedl častým používáním otázek namířených přímo ke čtenářům, nebo vybízel přímo slovy „zamyslete se“.

6.2. Analytický obraz editorialů v roce 2009

Editorialy v ročníku 2009 se nacházely na straně tři, která byla zalomena do třech sloupců. Vyčleněný levý sloupec se šedivou barvou podkladu obsahoval text černé barvy. V horní části sloupce byl vždy portrét autora, ve zkoumaném vzorku jde o Pavla Šafra, tehdejšího šéfredaktora, Marka Stoniše, zástupce šéfredaktora a svatební fotografie J. X. Doležala v čísle 38 (srov. obr. č. 14, 15, 16).

Obrázek č. 14 **Obrázek č. 15** **Obrázek č. 16**

Editorial čísla 38. je nestandardní větším rozsahem a čtyřmi fotografiemi. Pro seznámení s příčinami této anomality, je v práci rozebrán důvod jeho vzniku.

Článek nesl název „svatební editorial“ a vyjadřoval přání svatebčanům, redaktorovi Reflexu J. X. Doležalovi a dívce prezentovaná pouze křestním jménem Alex. Osobní vztah svatebčanů byl Reflexem sledován od počátku. Prvním impulsem byla reportáž J. X. Doležala o Alex a její přítelkyni. Obě byly autorkami kontroverzního deníku o jejich vztazích s muži zveřejněném na internetu, což se stalo tématem pro článek do Reflexu. Následně se z pracovní roviny posunul vztah do roviny osobní. Reflex následující vývoj sledoval, a jako reality show tisknul v číslech časopisu články a fotografie dokumentující vývoj vztahu do té doby neznámé dívky a interního redaktora. Medializaci neunikla ani svatba, na kterou upozornil šéfredaktor již v úvodu časopisu. Tématu se věnovala také obálka časopisu.

Editorialy výzkumného vzorku byly opatřeny klasickým titulkem s velkým tučným písmem. Text byl členěn do pěti až šesti odstavců. Průměrný editorial vyplňoval jeden sloupec o 44 až 46 řádcích, rozsah se tedy pohyboval od 1600 do 1670 znaků.

V editorialu osmého čísla Reflexu se šéfredaktor stručně vyjadřoval k novinkám, které se během týdne udály. Text působil jako rychlý výčet třech základních zpráv. O přímé sebepropagaci šlo hovořit v již zmíněném čísle 38. Šéfredaktor Pavel Šafr v tomto čísle zcela

výjimečně rozšířil editorial na celou stranu tři. V editorialu čísla 43 se zástupce šéfredaktora vyjadřoval k nově vznikající politické straně. Všechny editorialy byly na konci podepsány autory.

6.3. Dílčí závěr – komparace editorialů obou let

Komparací vybraných editorialů obou let byly vysledovány mnohé inovace, které byly přehledně zaznamenány v tabulce číslo 10. Změnil se rozsah, grafická podoba i volba a zpracování témat.

Rozsah vybraných vzorků roku 1999 byl průměrně o 160 znaků vyšší než v případě roku 2009. Také oslovení čtenářů se lišilo. Rok 1999 měl ve svém layoutu zavedeno oslovení Vážení čtenáři, které sloužilo jako titulek celého editorialu. V roce 2009 čtenáři nebyli přímo oslovováni a každý editorial byl opatřen vlastním titulkem. Kromě základního oslovení se ke čtenářům obrací Petr Bílek přímo v textu, kdy je oslovuje a ptá se po jejich názoru. Pavel Šafr prostor využíval k výčtu nových událostí. Převažujícím tématem byly úvahy na aktuální dění. K přímé sebepropagaci docházelo v roce 1999 ve dvou, v roce 2009 ve třech editorialech zkoumaných čísel.

Tabulka č. 10: Komparace editorialů obou let

Editorialy	**1999, č. 8**	**1999 č. 32**	**1999, č. 48**	**2009, č. 8**	**2009, č. 38**	**2009, č. 43**
Autor	Petr Bílek	Petr Bílek	Petr Bílek	Pavel Šafr	Pavel Šafr	Marek Stoniš
Téma	Úvaha na aktuální téma	Úvaha na aktuální téma	Příběh ze života	Úvaha na aktuální téma	Úvodní slovo známé os. veřejného života	Úvaha na aktuální téma
Sebepropagace	Ano	Ne	Ano	Ne	Ano	ne
Rozsah (sloupce)	1	1	1	1	3	1

Ve vybraném vzorku editorialů se zaběhlé grafické šabloně vymykalo číslo 38 roku 2009, které bylo pokračováním výše zmíněných kroků v medializaci vztahu J. X. Doležala. Zařazení reality show s takovým tématem vedlo k mnohým debatám v médiích ohledně vývoje

časopisu a jeho směřování. Ačkoliv se šéfredaktor Reflexu tímto počinem oficiálně snažil poukázat na jednoduchost vytvoření veřejné celebrity, vedl tento akt spíše k diskuzím o změně charakteru celého časopisu.

7. Analýza vzhledu obálek

Tato kapitola se věnuje analýze proměn obálek časopisu Reflex v letech 1999 a 2009. V práci slouží jako doplňková část výzkumu, která demonstruje změny časopisu. Zaměřuje se na grafické hledisko obálek, které během deseti let prošly výraznými a často diskutovanými změnami. Snaží se odpovědět na otázku, jak se proměnily, a tím přispívá k naplnění dílčího cíle, jehož úkolem zjištěné změny popsat. Společným znakem obálek je, že obsahují základní údaje o periodiku. Na první pohled jsou ale vidět zásadní rozdíly v grafickém pojetí (srov. obr. č. 17 a 18).

Obrázek č. 17 **Obrázek č. 18**

Jak je patrné, stejné zůstalo umístění názvu časopisu a nad ním číslo a rok vydání. Stejně tak typ písma názvu se nezměnil. V roce 2009 ubylo titulků, ale především se změnil výběr fotografií na titulní stranu. Právě z toho důvodu se po analýze třech čísel z každého roku, zaměřuje na výběr konkrétních osobností a fotografií u 52 obálek v každém ze zkoumaných let. Pro přehlednost se analyzuje nejdříve rok 1999 a po něm rok 2009. V závěru kapitoly dojde ke komparaci obou let.

7.1. Komparace obálek čísel 8, 32 a 48 roku 1999

Obálky čísel 8, 32 a 48 měly odlišná barevná pozadí, a proto bylo i písmo pro název časopisu různě barevné. Ve dvou případech, kdy bylo pozadí světlé, se pro Reflex použilo černé písmo. V čísle s tmavým pozadím byl název časopisu bílý.

Název časopisu měl vždy poslední písmeno „x“ zvýrazněno červenou barvou, jiným typem a větší velikostí písma. Nad názvem časopisu se nacházela hlavička, ve které bylo uvedeno číslo čísla, cena pro běžného čtenáře a pro předplatitele. Barevná kombinace titulků

odpovídala barvám použitým v názvu časopisu. Reflex tedy používal pouze černou, červenou a bílou barvu. Na základě použití pouze třech základních barev působily obálky vyváženě.

Jak je vidět na obrázcích č. 19, 20, a 21 obálky obsahovaly tři až čtyři menší titulky, u kterých byly podle pozadí použity barvy černá, nebo bílá. Červená barva označovala strany, na kterých se článek nacházel a hlavní titulek obsahující jméno zobrazené osobnosti.

Obálky tvořily fotografie osobností z oblasti hudby, filmu, divadla, nebo politiky. Grafickým provedením si byly velice podobné. V čísle 32 se na titulní straně objevila klarinetistka ve směšné póze, kdy zrovna dává klarinet do úst, má vyplazený jazyk a vykulené oči. Čísla 8 a 48 zachytili další dvě slavné ženy, ale jejich portréty nejsou ničím zvláštní. S osobností na titulní straně byl vždy uvntiř časopisu rozhovor.

Obrázek č. 19 **Obrázek č. 20** **Obrázek č. 21**

7.2. Analýza výběru osobností na obálky v roce 1999

V roce 1999 se na obálkách časopisu vyskytovaly pouze fotografie pořízené přímo pro účely časopisu, ve kterém se vedl rozhovor s danou osobností. Tento fakt dokládá informace o autorovi fotografie uvedená v každém čísle na straně 4, kde byl uveden buď fotograf Reflexu, ve většině případů David Kraus, nebo jiný zdroj, v případě zahraničních celebrit Sony Music/Bonton.

Na obálky byly vybírány především osobnosti z hudebního, v celkovém počtu 22 obálek, a fimového prostředí, v celkovém počtu 17 obálek. Méně pak z oblasti umění, sportu a médií. Čtyři obálky čísel nebylo možné zařadit do ani jedné z vymezených kategorií proto byly označeny jako nezařazené. Jedná se o obálky čísel 11, kde byl akt muže a 29, 52 a 16, kde byly zobrazeny modelky.[52] Fotografie v roce 1999 velmi často překrývaly název časopisu, slovo Reflex tak nelze nikdy přečíst celé.

[52] Celkový přehled osobností vybíraných na obálky časopisu v roce 1999 je umístěn v příloze č. 3.

Obálky v devatenácti číslech působily zesměšňujícím, recesistickým dojmem, ale i v takových případech odrážely charakter zobrazované osobnosti. Příkladem jsou obálky čísla 27, na které se s květinovým věncem na hlavě usmíval herec Miroslav Táborský, a čísla 18, kde se naopak velmi zamyšleně a vážně díval herec Nicolas Cage (viz. obr. č. 22 a 23).

Obrázek č. 22 **Obrázek č. 23**

7.3. Komparace obálek čísel 8, 38 a 43 roku 2009

Obálky čísel 8, 38 a 43 se lišily v barvě pozadí i v barvě titulků. Stejně jako v roce 1999 existovaly dvě barvené varianty názvu Reflex, černá a bílá. Písmeno „x“ zůstalo zvýrazněno červeně a název časopisu si tak na první pohled zachoval svůj vzhled. Ačkoliv zůstalo písmeno „x“ větší, než ostatní písmena v názvu, v porovnání s rokem 1999 bylo menší a rozdíl mezi velikostí písmen tak nebyl patrný na první pohled.

Název časopisu nahoře lemovala hlavička obsahující datum a cenu pro předplatitele, české ale i zahraniční čtenáře. Pro barvu titulků byly voleny různé barvy. Na titulní straně byly kromě hlavního titulku umístěny jeden až dva menší. Pokud byla pro titulky zvolena červená barva, zvýrazňovala uvedená jména.

Na obálku byly vybírány často slavné osobnosti, ale výjimkou nebyly reportážní a tématické snímky, které souvisely s obsahem uvnitř časopisu. Na rozdíl od roku 1999 se často jedná o počítačově upravené koláže, které vznikly bez vědomí zobrazované celebrity. Obálky zkoumaného vzorku se velmi lišily (srov. obr. č. 24, 25, 26).

Číslo 8 se věnovalo tématu domácího porna, na titulní černobílé fotografii byly zobrazeny dvě nahé dívky. Jedna olizovala ucho druhé dívce a ukazovala ňadra, oblast rozkroku ji zakrývalo písmeno titulku. Druhá dívka držela v ruce fotoaparát a ačkoliv byla také nahá, odhalila jen ramena a půlku obličeje. Pro titulek byla v tomto případě zvolena křiklavě růžová barva.

Obr. č. 24 **Obr.č. 25** **Obr. č. 26**

Obálku čísla 38 zaplnila svatební fotografie Jiřího X. Doležala a jeho ženy Alex. Vztahu těchto dvou lidí Reflex věnoval celou reality show. K fotografii se váže editorial zmiňovaný výše v kapitole 6.2. K modrému pozadí byly zvoleny bílé a červené titulky.

Fotomontáž na obálce čísla 43 zobrazovala hlavu Leoše Mareše nasazenou na těle kohouta, vedle kterého leželo zlaté vejce. Pozadí této obálky bylo čistě bílé, titulky červené a černé.

7.4. Analýza výběru osobností na obálky v roce 2009

Obálky některých čísel roku 2009 působily jako složené ze dvou částí - názvu a fotografie. V takových případech se barevně nesladilo pozadí s nadpisem a titulní strana působila neuceleně. Na titulky se používala červená, ale výjimkou nebyla křiklavě růžová, zelená a žlutá barva.

Slavné osobnosti byly zásadně zobrazovány v počítačově upravených fotomontážích, příkladem byl Leoš Mareš v čísle 43 (srov. obr. č. 26). O fotomontážích zobrazovaná osobnost nevěděla a časopis tak čelil mnohé kritice. V soudní spor vyústila obálka čísla 6, kde byl zobrazen hejtman středočeského kraje a stínový ministr zdravotnictví David Rath vyobrazený s náznaky podoby Charlieho Chaplina a Adolfa Hitlera (srov. obr. č. 27).

Časopis měl také novou rubriku nazvanou „téma“, se kterou často souvisely obálky. Ty jsou v tabulce zaznamenány pod stejnojmenným heslem[53] Nejčastěji byly obálky tematicky laděné, celkem na 13 obálkách, častým motivem obálek byly také politici v celkovém počtu 12 obálek za rok. Týdeník si vybíral také osobnosti z oblasti hudby, filmu, umění a médií. Tři obálky nebylo možné zařadit do ani jedné z vymezených kategorií, proto byly označeny jako nezařazené. Jedná se o číslo 13, které odkazovalo článek o dvou

[53] Celkový přehled osobností vybíraných na obálky časopisu v roce 2009 je umístěn v příloze č. 4.

studentkách a jejich pohledu na sexuální život a schopnosti mužů, 19, které odkazovalo na reportáž o prasečí chřipce a 46, kde byl portrét právníka a pedagoga Milana Kindla. Název časopisu Reflex byl ve většině číslech vidět celý, protože fotografie byla od této části oddělena.

Obr. č. 27

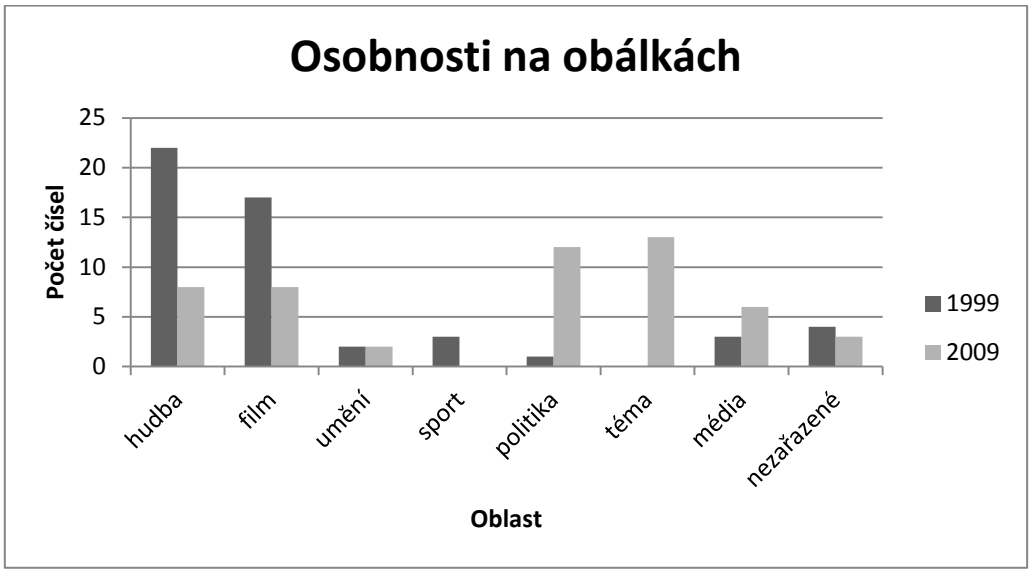
7.5. Dílčí závěr – komparace obálek obou let

Oba ročníky kromě detailu ve velikosti písmena x použily stejnou grafiku pro název časopisu. Komparativní analýza přinesla zajímavá zjištění ve změně výběru osobností zobrazovaných na obálkách, která dokládá graf č. 2. Zatímco v roce 1999 tvořily obálky především portréty slavných osobností z oblasti hudby a filmu, rok 2009 vyplňovaly nejvíce politici.

Obálky časopisu Reflex se nelišily pouze ve výběru osobností, ale také ve zpracování použitých fotografií. Reflex 1999 se bránil používání fotomontáží, jak potvrzuje v rozhovoru Tomáš Feřtek: „Obálky, to je u reportážního týdeníku vždy velký problém. Ideální by bylo mít na obálce opravdu reportážní fotografie, takových rozhodně není 52 do roka a málokdy zaručí čtenářský zájem. Proto se přešlo k známým tvářím, občas k inscenovaným „tematickým“ fotografiím, ale platila zásada, že nepoužíváme fotomontáže. Tohle pravidlo padlo s odchodem pana Bílka, nový šéfredaktor nezastával názor, že fotomontáž na obálku reportážního časopisu nepatří.“[54]

[54] Kompletní rozhovor s Tomášem Feřtekem je uveden v příloze č. 1.

Graf. č. 2: Osobnosti na obálkách v letech 1999 a 2009



Obálky Reflexu 2009 tvoří převážně fotomontáže a potvrzuje se tak, že nový šéfredaktor Pavel Šafr se jim nebránil. Na otázku, zda fotomontáže patří na obálky Reflexu, odpověděl Marek Hudema: „Na obálkách časopisu Reflex byly vždy občas fotomontáže nebo aranžované fotografie. Stačí se podívat na první ročníky. Osobně se mi přílišné použití fotomontáží nelíbí, někdy to bylo opravdu přehnané. Vše je o míře vkusu a zároveň o tom, co časopis prodává.“

Kromě výběru osobností se změnil přístup k zobrazování lidské nahoty a sexu. V Reflexu roku 1999 se na titulní straně objevil jeden akt muže v čísle 11 odkazující na rozhovor s fotografem a autorem černobílého aktu (srov. obr. č. 28).

Obrázek č. 28

V Reflexu 2009 osm obálek čísel 4, 5, 8, 26, 29, 32, 35 a 40 zobrazovalo nahého člověka (srov. obr. č. 29). V čísle 26 odkazoval akt ženy na soutěž Reflexu Akty X, v čísle 8 na téma konkrétního čísla. V ostatních případech ale plnily obálky funkci poutače.

Obálky jsou graficky dotvářeny i titulky. Hlavní titulky v roce 1999 se skládaly ze jména zobrazené osobnosti a krátké doplňující informace. Další menší titulky odkazovaly na ostatní články, uvedeny byly i strany, kde se uvnitř nacházely.Tato skutečnost odráží fakt, že časopis pracoval s obsahem, lpěl na výběru článků a počítal s tím, že stejně se choval i čtenář.

Obrázek č. 29

Naproti tomu Reflex roku 2009 často s konkrétními jmény vůbec nepracoval. Ironické, nebo dvousmyslné titulky pod fotomontážemi předpokládaly, že zobrazovaná osobnost byla natolik známá, že jméno nebylo důležité. Kromě titulku hlavního se na straně objevily maximálně dva menší. Výjimkou nebyla obálka pouze s jedním hlavním titulkem. Časopis počítal s vybudovanou tradicí a zakládal si na jméně. Název časopisu byl většinou čitelný celý, fotografie do něj na rozdíl od roku 1999 nezasahovaly.

Komparace obálek vykreslila některé projevy, které jsou mnohými autory nazývány jako proces bulvarizace. Takový přístup vysvětluje například Bartošek, když popisuje vznik bulvární žurnalistiky: „Její zakladatelé i následovníci vycházejí ze stanoviska, že většina čtenářů se zajímá o informace, které souvisejí se základními rysy lidské psychiky: s pudem sebezáchovy, s potřebou zachování rodu a uspokojováním ctižádosti. Tomu odpovídají témata, jako např. strach, smrt, neštěstí a násilí, erotika a sex, získávání a ztráta majetku a peněz (bohatství, loupeže, loterie apod.).“ [55]

[55]DANEŠ 1997, s. 45.

Na porovnávaných obálkách Reflexu se sice neobjevila všechna výše zmíněná témata, přesto lze v roce 2009 vypozorovat větší tendence k bulvárnímu podávání a zobrazování informací, než v roce 1999.

8. Závěr

Tato práce *Proměny časopisu Reflex v letech 1999 a 2009* se zabývala komparací a deskripcí vybraných rubrik a částí časopisu Reflex. Před začátkem výzkumu byl stanoven cíl práce a dále podrobně popsán metodický postup, ve kterém byl definován výzkumný vzorek. Další část byla věnována definicím jednotlivých kategorií a pojmů. Před výzkumem samotným byl popsán vznik časopisu Reflex a jeho vývoj personálního obsazení vedoucích pozic. Následovala analýza reportáží a editorialů a titulních stran nejprve roku 1999, poté 2009. V dílčích závěrech byly vždy vzájemně porovnány informace zjištěné z obou let.

Hlavním cílem práce bylo zachycení změn vybraných jevů časopisu pomocí komparativní analýzy a reflexe vlivu tehdejších šéfredaktorů na případné zjištěné změny. K naplnění cíle docházelo postupně analýzou a komparací jednotlivých částí a plnění dílčích cílů.

Analýza a komparace rozsahu textu a fotografií, barev titulků, a témat reportáží přinesla následující zjištění. Ačkoliv došlo k navýšení počtu stran vyhrazených pro reportáž ze tří v roce 1999 na šest v roce 2009, obsah textu průměrně narostl pouze o 0,25 strany. Další 2,25 strany vyplnily fotografie, které se nezměnily v počtu, ale ve velikosti. Zbývající 0,5 strany vyplňovala inzerce. Inzerentní sdělení obsahoval i Reflex 1999, ale byla umístěna až za rubrikou na samostatné straně. Velikost se nezměnila pouze u fotografií, ale i u titulků reportáže. Můžeme hovořit o dvojnásobném zvětšení a použití tučných červených titulků, s čímž se čtenáři v roce 1999 nesetkávali.

Analýza výběru témat reportáží přinesla následující závěr. Témata převažující v roce 1999, nebyla o deset let později začleňována vůbec. Za Petra Bílka panovala v Reflexu velká svoboda a široké názorové spektrum ve výběru témat podpořená složením redakce, což se s jeho odchodem z pozice šéfredaktora jednoznačně změnilo. Nad výběrem témat, která obohatí čtenáře, začala převažovat témata, která obohatí především vydavatele.

Komparace editorialů poukázala na změny v rozsahu a v celkovém směřování časopisu. Editorialy v roce 1999 byly delší průměrně o 166 znaků. Hlavní rozdíl spočíval v přístupu ke čtenáři, který vyplývá už ze samotného oslovení Petra Bílka „Vážení čtenáři“. Naproti tomu Pavel Šafr volí pokaždé jiný titulek a čtenáře přímo neoslovuje ani později v textu.

Poslední dílčí cíl byl naplněn při komparaci obálek časopisu. Obálky proměnily svou podobu v souvislosti s vývojem technologií, ale také se změnami ve vedení. Fotomontáže se pod vedením Pavla Šafra staly přípustnými a v důsledku toho také hojně užívanými. Osobnosti hudebního a filmového průmyslu zobrazované v roce 1999 vystřídali politici

s vyměněnými těly, jako jednou z technik fotomontáže, a tematické fotografie. Konkrétní jména pod fotografiemi vystřídala obecná, mnohdy zavádějící hesla pod fotomontážemi. Jedním z důsledků takového přístupu byl i soudní spor.

Provedený výzkum dokládá mnoho změn, které jsou v současné době často diskutovány jako žádané a nevyhnutelné, ale zároveň kritizovány jako negativní a nadbytečné. Zkoumaný vzorek porovnával časopisy s odstupem deseti let, přičemž není možné veškeré změny připsat nástupu nového šéfredaktora. Tato práce ale může kromě výše zmíněného doložit nárůst prodaného nákladu v roce 2009 oproti roku 2008 a zároveň poklesu prodaného nákladu v porovnání s rokem 1999. Dále může práce sloužit jako podklad pro obsáhlejší a detailnější analýzu problematiky.

9. Seznam literatury a pramenů

Primární prameny:

1. Časopis Reflex z období 1.1.1999- 31.12.1999, čísla 8., 32., 48.
2. Časopis Reflex z období 1.1.2009- 31.12. 2009, čísla 8., 38., 43.

Literatura:

BARTOŠEK, Jaroslav. *Základy žurnalistiky*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati, 2002, 109 s. ISBN 80-7318-059-6.

BURTON, Graeme, JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister and Principal, 2001, 391 s. ISBN 80-85947-67-6.

DANEŠ, František. Český jazyk na přelomu tisíciletí. Praha: Academia, 1997, 292 s. ISBN 80-200-0617-6.

HVÍŽĎALA, Karel. *Mardata*: *vzpoury v žurnalistice: dějiny rozhovoru a další texty o médiích 2006-2011*. Praha: Portál, 2011, 264 s. ISBN 978-80-7367-851-7.

Klíma I. *Baret story*: Reflex, 1990, č. 1, s. 5.

KÖPPLOVÁ, Barbara. Kam směřují časopisy a lifestylové magazíny. In *10 let v českých médiích*. JIRÁK, Jan. Praha: Portál pro Newton Information Technology, 2005, 142 s. ISBN 80-717-8925-9.

KOL. AUTORŮ. *Slovník cizích slov*. Praha: Levné knihy, 2006. ISBN 80-7309-347-2.

KONČELÍK, Jakub; VEČEŘA, Pavel; ORSÁG Petr. *Dějiny českých médií 20. století*. Praha: Portál, 2010, 344 s. ISBN 978-807-3676-988.

LÁBOVÁ, Alena a Filip LÁB. *Soumrak fotožurnalismu*: *manipulace fotografií v digitální éře*. Praha: Karolinum, 2009, 155 s. ISBN 978-802-4616-476.

OSVALDOVÁ, Barbora a HALADA, Jan a Kol. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. 2. dopl. vyd. Praha: Libri, 2002, 240 s. ISBN 80-727-7108-6.

REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004, 327 s. ISBN 80-717-8926-7.

TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010, 293 s. ISBN 978-807367-683-4.

ŠANDEROVÁ, Jadwiga. *Jak číst a psát odborný text ve společenských vědách*: *několik zásad pro začátečníky*. Praha: Sociologické nakladatelství, 2005, 209 s. ISBN 80-864-2940-7.

Internetové zdroje:

O časopisu [online] URL: http://www.reflex.cz [citováno 20. března 2011]

První vydavatel Reflexu [online] URL: http://www.grafoprint.cz [citováno 23. března 2011]

Historie časopisu [online] URL: http://www.ringieraxelspringer.cz/company/history [citováno 22. března 2011]

Vydavatelská skupina [online] URL: http://www.ringieraxelspringer.cz/company [citováno 22. března 2011]

Definice DTP [online] URL: http://www.itbiz.cz/slovnik/marketing/dtp [citováno 10. května 2011]

Média a Svět [televizní pořad]. Česká televize 24, 13. 7. 2008. Dostupné z: http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/10095522362-media-a-svet/208411058090028/ [citováno 14. března 2011]

Zákon o periodickém tisku č. 46/2000 Sb. Dostupný z: http://www.mkcr.cz/scripts/detail.php?id=535 [citováno 14. března 2011]

10. Seznam použitých tabulek a grafů

Graf č. 1. : Průměrný prodaný náklad Reflexu v letech 1999 – 2009

Tabulka č. 1: Obsah s paginací Reflexu 8/1999

Tabulka č. 2: Obsah s paginací Reflexu 8/2009

Tabulka č. 3: Komparace reportáží roku 1999

Tabulka č. 4: Komparace reportáží roku 2009

Tabulka č. 5: Přehled použitých titulků a jejich barev v reportážích

Tabulka č. 6: Kategorizace témat reportáží podle zemí

Tabulka č. 7: Rozřazení témat reportáží Reflexu 1999

Tabulka č. 8: Rozřazení témat reportáží Reflexu 2009

Tabulka č. 9: Témata reportáží obou let

Tabulka č. 10: Komparace editorialů obou let

Graf č. 2: Osobnosti na obálkách v letech 1999 a 2009

11. Seznam použitých obrázků

Obrázek č. 1: Obsah Reflexu 1999
Obrázek č. 2: Obsah Reflexu 2009
Obrázek č. 3: Reportáž 36/1999
Obrázek č. 4: Reportáž 8/1999
Obrázek č. 5: Reportáž 32/1999
Obrázek č. 6: Reportáž 48/1999
Obrázek č. 7: Reportáž 12/2009
Obrázek č. 8: Reportáž 8/2009
Obrázek č. 9: Reportáž 38/2009
Obrázek č. 10: Reportáž 43/2009
Obrázek č. 11: Editorial 8/1999
Obrázek č. 12: Editorial 32/1999
Obrázek č. 13: Editorial 48/1999
Obrázek č. 14: Editorial 8/2009
Obrázek č. 15: Editorial 38/2009
Obrázek č. 16: Editorial 43/2009
Obrázek č. 17: Obálka 17/1999
Obrázek č. 18: Obálka 40/2009
Obrázek č. 19: Obálka 8/1999
Obrázek č. 20: Obálka 32/1999
Obrázek č. 21: Obálka 48/1999
Obrázek č. 22: Obálka 27/1999
Obrázek č. 23: Obálka 18/1999
Obrázek č. 24: Obálka 8/2009
Obrázek č. 25: Obálka 38/2009
Obrázek č. 26: Obálka 43/2009
Obrázek č. 27: Obálka 6/2009
Obrázek č. 28: Obálka 11/1999
Obrázek č. 29: Obálky čísel 4, 5, 8, 26, 29, 32, 35, 40 z roku 1999

12. Seznam příloh

Příloha č. 1: Rozhovor s Tomášem Feřtekem

Příloha č. 2: Rozhovor s Markem Hudemou

Příloha č. 3: Přehled osobností vybíraných na obálky časopisu v roce 1999

Příloha č. 4: Přehled osobností vybíraných na obálky časopisu v roce 2009

Příloha č. 5: Průměrný prodaný náklad Reflexu v průběhu deseti let

Příloha č. 6: Reportáže Reflexu, rok 1999, čísla 8, 32, 48

Příloha č. 7: Reportáže Reflexu, rok 1999, čísla 8, 38, 43

Příloha č. 8.: Titulní strany časopisu Reflex, rok 1999, čísla 8, 32, 48

Příloha č. 9.: Titulní strany časopisu Reflex, rok 2009, čísla 8, 38, 43

12.1. Přílohy

Příloha č. 1: Rozhovor s Tomášem Feřtekem (1. 5. 2012)

Mezi reportážemi z roku 1999 a 2009 jsou rozdíly v grafickém provedení patrné na první pohled. Liší se celkový rozsah reportáží, ale i počet znaků a fotografií. Vzpomenete si, kolik znaků měla reportáž v roce 1999? Jaký styl písma, případně velikost byly použity?

Za celou dobu existence Reflexu, ale platí to samozřejmě i o jiných časopisech, je patrná tendence k omezování rozsahu textu a posilování obrazové a grafické složky. Na začátku devadesátých let nebyly nijak výjimečné reportáže o rozsahu 20 000 znaků (s mezerami) i více. Je ale pravda, že časopis měl tehdy větší formát. Přesto byl z dnešního pohledu přecpán písmeny. V roce 1999 se pořád rozsah standardní třístránkové reportáže pohyboval obvykle nad 10 000 znaky (nejobvyklejší rozsah byl šest až sedm rukopisných stran). Písmo jsme měnili při změně grafické šablony, ale bližší formace už si nepamatuji.

S vizuální podobou reportáží souvisí i titulky. V roce 1999 je převážně používaná černá a bílá barva. Červená, která je hodnocena jako agresivní a bývá začleňována k indexům bulvarizace, se objevovala jako podkladová, nebo jen zvýrazňovala určitá písmena. Po deseti letech je tomu již opačně. Narůstaly tendence používat větší a výraznější titulky již za Vašeho působení v Reflexu?

Popravdě řečeno, barvy titulků nebo jejich velikost se v té době na poradách příliš neřešily. Reportáž se lámala do několika ustálených šablon, kde byla nastavená i velikost titulků. Jejich barva se buď nechávala v základní černé a bílé, někdy se ladila do tónu fotografií (hnědá, fialová atd.). To jsme pořád pracovali s původní grafickou šablonou, jak ji nastavil Aleš Najbrt a upravoval Jan Gabler. S radikální změnou grafické šablony, k níž došlo v roce 2001 s nástupem Marka Pistory, se změnilo písmo, styl titulků i způsob lámání, ale důvodem byla hlavně snaha dát časopisu modernější tvář. Snaha „bulvarizovat" za tím rozhodně nebyla. Ostatně redakce s tou novou grafikou trochu bojovala, ale odborná veřejnost, myslím tím grafiky, si novou podobu Reflexu pochvalovala. I tahle šablona se s léty měnila a rozmělňovala, ale spíš se hledalo výrazné a zajímavé řešení, než že by za tím byla primární snaha, aby to bylo víc „ukřičené".

V nastolování témat, o kterých lidé diskutují a přemýšlejí, hrají média důležitou roli. V roce 1999 se témata reportáží týkala hlavně neziskových organizací a občanských sdružení, velice často také života na vesnici. O deset let později se už s takovými tématy téměř nesetkáme. Do jaké míry si myslíte, že tento fakt ovlivňuje vývoj společnosti, a do jaké míry samotná redakce?

Podle mého názoru v tom hraje klíčovou roli redakce a jí nastavený mechanismus, jak se témata vybírají a která témata vedení redakce považuje za klíčová a která za okrajová. V Reflexu se poměrně málo témat zadávalo, spíš se počítalo s tím, že reportéři budou nosit zajímavá témata z terénu a budou to především věci, o kterých se jinde moc často nepíše. Takový postup má svoje výhody i nevýhody. Na jednu stranu přináší větší autorský vhled a nasazení, ti lidé vědí, o čem píší, rozumí tomu. Na druhou stranu to hrozí osobními klišé a častým opakováním témat. Souviselo to také s tím, že Reflex byl tehdy stavěn jako liberální časopis, který připouští poměrně široké názorové spektrum. To se myslím s odchodem Petra Bílka z pozice šéfredaktora jednoznačně změnilo.

Reportáže v roce 1999 se zaměřovaly převážně na česká témata. Bylo to z důvodu finančního limitu redakce, nebo se Reflex primárně chtěl věnovat tuzemským tématům?

Řekl bych, že právě naopak. Reflex patřil k časopisům, kde se ta zahraniční témata objevovala výrazně častěji než v jiných týdenících. A dokonce i cestovní rozpočty byly v té době na české poměry velmi velkorysé. I tak pořád platí, že u českého média i výrazný zájem o zahraničí znamená, že vždy budou taková témata v menšině a to výrazné menšině. Ale při plánování čísel se docela důsledně dbalo na to, aby v každém čísle byl větší materiál věnující se zahraničí.

Když jste působil v redakci Reflexu, byl výběr témat čistě Vaše práce? Do jaké míry byly změny v Reflexu dány šéfredaktory a do jaké míry jinými faktory?

V pozici šéfreportéra jsem zažil vlastně jen dva šéfredaktory, Zdeňka Čecha a Petra Bílka. U obou platilo, že výběr témat pro reportáže je věc oddělení reportérů. Samozřejmě, u aktuálních událostí typu povodní, voleb, vládní krize jsme se domlouvali, jaký způsobem je

pokryjeme a kdo na tom bude pracovat, ale jinak to bylo na mně a mých kolezích. Hodnotilo se to spíš zpětně. Tedy jestli dlouhodobě umí reportéři přinášet zajímavá a aktuální témata a hledali jsme třeba nové autory, kteří by oživili příliš líné redakční vody.

S odchodem šéfredaktora Petra Bílka narůstaly v médiích a ve společnosti obavy ze změn Reflexu jako z týdeníku, který patřil k alternativním a často řešil i politicky nekorektní témata na dobře prodávaný časopis, kterých je na trhu mnoho. Myslíte, teď s odstupem času, že tyto obavy byly zbytečné, nebo se naplnily?

Nedá se na to odpovědět jednoznačně. Ten časopis se jednoznačně změnil, týdeník je vždy do velké míry odrazem uvažování a osobnosti šéfredaktora, i když třeba nezasahuje přímo do výběru témat. Takže dnešní Reflex je zásadně jiný, než byl za Petra Bílka. Ale neřekl bych, že je zaměnitelný a stejný jako ostatní. Například na řešení nekorektních témat se přímo specializuje. Podle mě ale v něm přes všechnu výraznost a pestrost trochu příliš převládá gesto nad sdělením a obsahem. Ale pořád jde o časopis, který byl schopen zastavit propad nákladu a při svém úkroku blíže k mainstreamu si najít novou, dostatečně rozsáhlou čtenářskou skupinu.

Proměny časopisu Reflex demonstrují i obálky časopisu. Rok 1999 zobrazoval portréty známých osobností, naproti tomu v roce 2009 se nezřídka setkáme s fotomontážemi a tematickými obálkami s odkazy na sex, drogy násilí a politiku. Takový vývoj je často přičítán ekonomickým tlakům a důsledkům chtíče prosazení se na dnešním širokém trhu. Pokud tomu tak je, myslíte, že by k obdobnému vývoji došlo i v případě, že by byl šéfredaktorem Petr Bílek?

Je důležité říct, že Reflex začínal jako společenský týdeník, to znamená, že spektrum žánrů bylo různé. Někdy v polovině 90. let sám sebe jasně ustanovil jako reportážní týdeník. Obálky, to je u reportážního týdeníku vždy velký problém. Ideální by bylo mít na obálce opravdu reportážní fotografie, takových rozhodně není 52 do roka a málokdy zaručí čtenářský zájem. Proto se přešlo k známým tvářím, občas k inscenovaným „tematickým" fotografiím, ale platila zásada, že nepoužíváme fotomontáže. Tohle pravidlo padlo s odchodem pana Bílka, nový šéfredaktor nezastával názor, že fotomontáž na obálku reportážního časopisu nepatří. Posun k tématům typu sex, drogy, násilí a politika souvisel podle mě s obecnou tendencí, kdy se časopis snažil získat nové čtenáře a hledal prostředky, jak je přitáhnout a časopis zatraktivnit. Jestli by tam došel také pan Bílek, nevím. Spíše ne. Odcházel právě proto, že neuměl či nechtěl realizovat kroky, které by zatraktivnily časopis a zastavily propad titulu. Respektive kroky, které dělal, nevedly ke zlepšení. Bohužel je to tak, že všechno to, co se dá nazvat „bulvarizací", zafungovalo a umožnilo zvýšit náklad Reflexu za Pavla Šafra o více než pětadvacet procent. To je argument, na který každý vydavatel slyší.

Příloha č. 2: Rozhovor s Markem Hudemou (10. 5. 2012)

Mezi reportážemi z roku 1999 a 2009 jsou rozdíly v grafickém provedení patrné na první pohled. Liší se celkový rozsah reportáží, ale i počet znaků a fotografií.

Vzpomenete si, kolik znaků měla reportáž v roce 2009? Případně jaký styl písma, či velikost byly použity?

Pokud vím, nebylo to pevně dané. Spíše než znaky se to měřilo stránkami. Ale pokud si pamatuji, bylo to od zhruba devíti tisíc znaků po osmnáct tisíc.

S vizuální podobou reportáží souvisí i titulky. V roce 2009 jsou titulky v porovnání s rokem 1999 větší a objevuje se převážně použití červené barvy, která je často hodnocena jako agresivní a bývá začleňována k indexům procesu bulvarizace. Uvědomovala si redakce v té době, že může dojít k tendencím vnímat tyto posuny jako projevy bulvarizace?

Za titulky, jejich velikost a barvu, odpovídal art director, případně grafik, později se k tomu vyjadřoval i šéfredaktor. Rozhodně nešlo o bulvarizaci, spíše o snahu o určitý design. Bulvarizace se redakce obávala spíše u obsahu, než u titulků.

V nastolování témat, o kterých lidé diskutují a přemýšlejí, hrají média důležitou roli. V roce 1999 se témata reportáží týkala hlavně neziskových organizací a občanských sdružení, velice často také života na vesnici. O deset let později se už s takovými tématy téměř nesetkáme. V roce 2009 dominují politická témata a reportáže o fenoménech doby. Jak byste vysvětlil takovou změnu ve výběru témat?

Změnila se společnost, to co ji trápí, a také to, co je nové. Neziskové organizace byly dost popsány, už tolik jako téma netáhli. Navíc Reflex měl převážně městské čtenáře, vesnice už také tolik netáhla. Bylo to samozřejmě dáno i složením autorského kolektivu.

Když jste v roce 2009 působil v redakci Reflexu, byl výběr témat čistě Vaše práce? Do jaké míry byly změny v Reflexu dány šéfredaktory a do jaké míry jinými faktory?

Výběr témat byl dán tím, co si vybrali autoři. V Reflexu panovala v tomto směru za šéfredaktora Bílka velká svoboda. Jako šéf reportérů jsem vybíral témata z toho, co nabídli autoři. Šéfredaktor zasahoval minimálně, dokonce spíše dával za pravdu autorům než vedoucím.

Počet reportáží v Reflexu za rok 2009 je o třetinu nižší, než počet reportáží v roce 1999. Kromě toho se změnilo i umístění této rubriky, která se v roce 2009 posouvá na zadní strany. Čemu Vy osobně přičítáte tento fakt? Myslíte, že je psaná reportáž mrtvým žánrem?

Není mrtvým žánrem, ale málokdo ji v Česku umí dobře udělat. V roce 2009 došlo v Reflexu k velkým změnám v souvislosti s příchodem nového šéfredaktora.

S příchodem šéfredaktora Pavla Šafra do Reflexu narůstaly v médiích a ve společnosti obavy ze změn Reflexu jako z týdeníku, který patřil k alternativním a často řešil i politicky nekorektní témata na dobře prodávaný časopis, kterých je na trhu mnoho. Myslíte, teď s odstupem času, že tyto obavy byly zbytečné, nebo se naplnily?

Na to si můžete celkem snadno odpovědět sama, když se podíváte na Reflex na konci éry pana Šafra.

Proměny časopisu Reflex demonstrují i obálky časopisu. V roce 2009 se nezřídka setkáme s fotomontážemi a tematickými obálkami s odkazy na sex, drogy násilí a politiku. Některé z nich se staly předmětem soudních sporů. Myslíte, že fotomontáže patří na obálky časopisu Reflex?

Na obálkách časopisu Reflex byly vždy občas fotomontáže nebo aranžované fotografie. Stačí se podívat na první ročníky. Osobně se mi přílišné použití fotomontáží nelíbí, někdy to bylo opravdu přehnané. Vše je o míře vkusu a zároveň o tom, co časopis prodává.

Příloha č. 3: Přehled osobností vybíraných na obálky časopisu v roce 1999

Číslo		číslo		číslo		číslo	
1	herec	**14**	politik	**27**	herec	**40**	zpěvačka
2	zpěvačka	**15**	zpěvačka	**28**	zpěvačka	**41**	zpěvák
3	média	**16**	sportovkyně	**29**	nezařazená	**42**	zpěvák
4	herečka	**17**	herečka	**30**	moderátor	**43**	moderátorka
5	zpěvák	**18**	herec	**31**	herec	**44**	zpěvák
6	houslistka	**19**	umělkyně	**32**	klarinetistka	**45**	zpěvačka
7	textařka	**20**	zpěvačka	**33**	herečka	**46**	zpěvačka
8	zpěvačka	**21**	herec	**34**	hud.skupina	**47**	herec
9	zpěvák	**22**	sportovec	**35**	sportovec	**48**	dj-ka
10	herečka	**23**	herečka	**36**	herec	**49**	herečka
11	nezařazená	**24**	zpěvačka	**37**	režisér	**50**	zpěvačka
12	herečka	**25**	fotograf	**38**	zpěvačka	**51**	herec
13	herečka	**26**	nezařazená	**39**	zpěvačka	**52**	nezařazená

Příloha č. 4: Přehled osobností vybíraných na obálky časopisu v roce 2009

Číslo		číslo		číslo		číslo	
1	Kuba	**14**	politik	**27**	fotograf	**40**	sexkoučink
2	zpěvák	**15**	zpěvák	**28**	zpěvák	**41**	politik
3	endometrióza	**16**	zpěvačka	**29**	feminismus	**42**	politik
4	umělec	**17**	sexmise	**30**	politik	**43**	moderátor
5	marihuana	**18**	zpěvák	**31**	zpěvačka	**44**	erekce
6	politik	**19**	nezařazená	**32**	novinář	**45**	hud. skupina
7	trest smrti	**20**	politik	**33**	politici	**46**	nezařazená
8	porno	**21**	herec	**34**	herečka	**47**	zpěvačka
9	ředitel čt	**22**	třídní boj	**35**	politik	**48**	herečka
10	moderátor	**23**	režisér	**36**	politik	**49**	herečka
11	hitler	**24**	politici	**37**	herec	**50**	politici
12	gayové	**25**	herečka	**38**	novinář	**51-52**	herec
13	nezařazená	**26**	akty	**39**	politik	**53**	moderátor

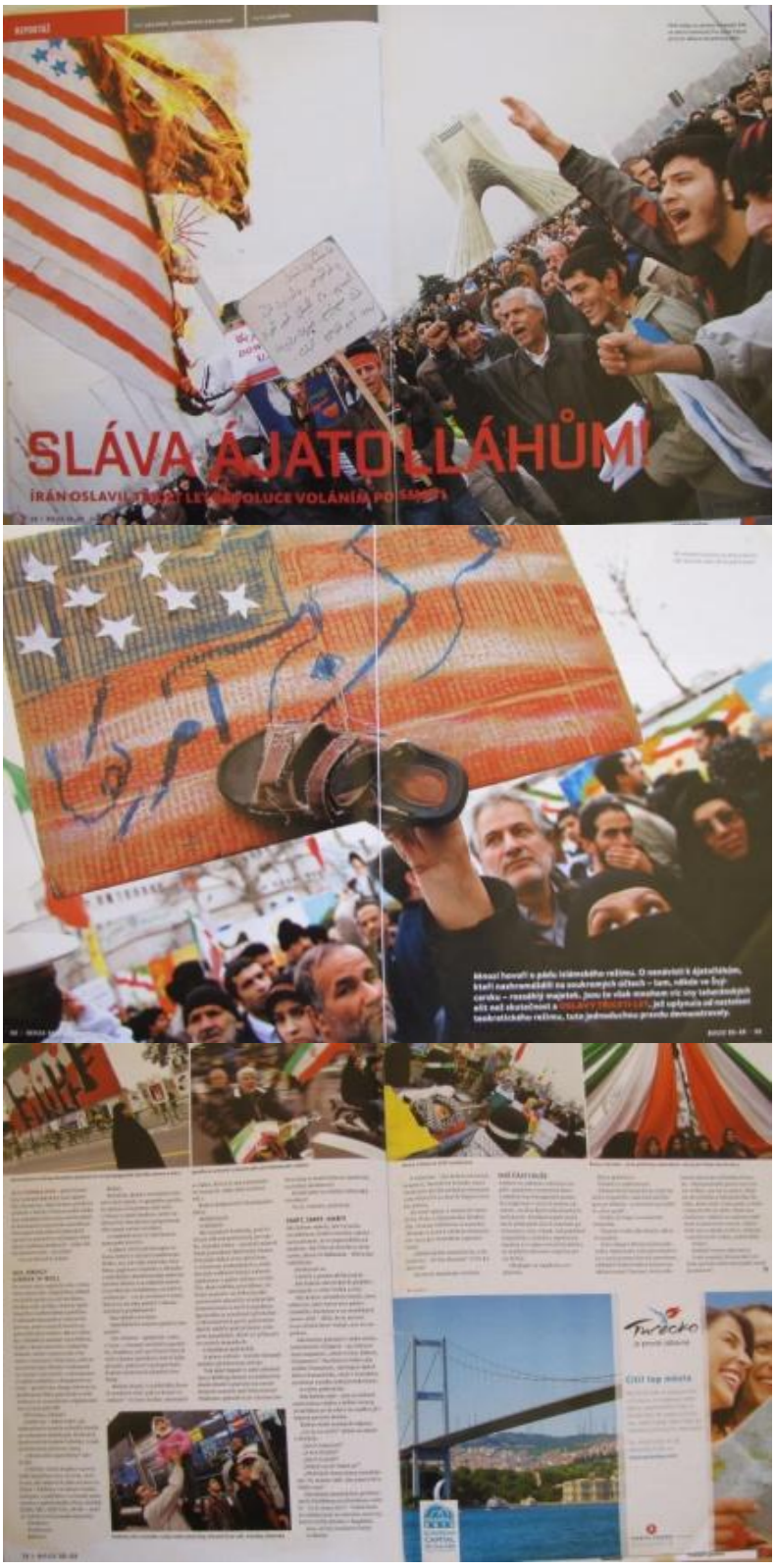
Pozn.: šedivá barva značí tematické obálky řazené do kategorie téma

Příloha č. 5: Průměrný prodaný náklad Reflexu v průběhu deseti let

ROK	Průměrný prodaný náklad Reflexu
rok 1999	67995
rok 2000	63563
rok 2001	62081
rok 2002	61313
rok 2003	56351
rok 2004	54855
rok 2005	56605
rok 2006	53145
rok 2007	50834
Reflex DVD	1 907
2007 celkem	51788
rok 2008	50277
Reflex DVD	1 411
2008 celkem	51335
rok 2009	61377
Reflex DVD	932
2009 celkem	61765

Příloha č. 6: Reportáže Reflexu, rok 1999, čísla 8, 32, 48

Příloha č. 7: Reportáže Reflexu, rok 1999, čísla 8, 38, 43



PTÁČCI S POLÁMANÝMI KŘÍDLY

„Wintonovy děti", zachráněné před holocaustem, se po sedmdesáti letech znovu vydaly z Prahy do Londýna

ALKOHOLKY A TY DRUHÉ
STÁLE VÍCE VZDĚLANÝCH ŽEN PIJE. PŘIBÝVÁ I NARKOMANEK A GAMBLEREK.

S vozy Hyundai SUV si ani nevšimnete...
..., že začala zima

Příloha č. 8.: Titulní strany časopisu Reflex, rok 1999, čísla 8, 32, 48

Příloha č. 9.: Titulní strany časopisu Reflex, rok 2009, čísla 8, 38, 43