

Filozofická fakulta Univerzita Palackého v Olomouci
Katedra žurnalistiky

Časopisy pro děti a mládež v letech 1988 a 2008.
Ideologie a propaganda, reklama a marketing

The magazines for children and youth in the years 1988 and 2008.
Ideology and propaganda, advertising and marketing

Bakalářská diplomová práce

Jiří Ondrášek

Vedoucí práce: Mgr. Martin Foret

Olomouc 2010

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracoval samostatně a použil pouze literaturu a prameny uvedené v bibliografii. Práce má 119 056 znaků (včetně mezer).

V Olomouci dne 15. listopadu 2010

.....

Jiří Ondrášek

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval za odborné vedení a vstřícnou pomoc svému vedoucímu práce Mgr. Martinu Foretovi, který mi poskytl cenné rady a přínosné připomínky.

Abstrakt

Jméno a příjmení: Jiří Ondrášek

Název katedry a fakulty: Katedra žurnalistiky, Filozofická fakulta Univerzity Palackého

Název diplomové práce: Časopisy pro děti a mládež v letech 1988 a 2008.

Ideologie a propaganda, reklama a marketing

Vedoucí diplomové práce: Mgr. Martin Foret

Počet znaků: 119 056 (včetně mezer)

Počet příloh: 10

Počet titulů použité literatury: 20

Klíčová slova: časopis, děti, mládež, ideologie, propaganda, reklama, inzerce, marketing

Bakalářská práce mapuje změny, kterými prošly časopisy pro děti a mládež za dvacet let, mezi obdobím pozdní normalizace a koncem první dekády 21. století. V deskriptivní části je z hlediska obsahu a technického zpracování popsáno pět časopiseckých titulů této kategorie z roku 1988 a pět časopisů z roku 2008. Stěžejním cílem analytické a statistické části i celé bakalářské práce je zjištění míry průniku komunistické ideologie a propagandy do těchto pěti konkrétních časopiseckých titulů v prvním sledovaném období a zjištění vlivu marketingu na obsah a podíl reklamy v pěti shodných nebo podobných titulech vydaných ve druhém sledovaném období.

Abstract

Author: Jiří Ondrášek

Institution: Department of Journalism, Philosophical Faculty, Palacky University

Name of Thesis: The magazines for children and youth in the years 1988 and 2008.

Ideology and propaganda, advertising and marketing

Head of Thesis: Mgr. Martin Foret

Number of Characters: 119 056 (including spaces)

Number of Supplements: 10

Number of book titles used: 20

Key words: magazine, children, youth, ideology, propaganda, advertising, marketing

The Bachelor's thesis maps the changes undergone by the magazines for children and youth in twenty years between the late period of normalization in the Czech Republic and the end of the first decade of the 21st century. The descriptive part outlined five magazine titles in this category in the year 1988 and five magazines in 2008. The main goal of the analytical and statistical part and the whole work is to find the extent of penetration of the communist ideology and propaganda in these five specific magazine titles in the first period and determine the influence of marketing on the content and share of the advertising in five identical or similar titles published in the second period.

Obsah

1. Úvod	8
2. Vymezení pojmů a metodika práce	9
2.1. Vymezení základních pojmů	9
2.2. Zvolená metodika práce	9
3. Vývoj časopisů pro děti a mládež v uplynulých pětadvaceti letech	11
3.1. Časopisy v roce 1988	11
3.2. Časopisy po roce 1988	12
4. Deskriptivní část – popis časopisů pro děti a mládež	14
4.1. Popis časopisů pro děti a mládež v roce 1988	14
4.1.1. Časopis ABC v roce 1988	14
4.1.2. Časopis Mateřídouška v roce 1988	18
4.1.3. Časopis Sedmička pionýrů v roce 1988	20
4.1.4. Časopis Sluníčko v roce 1988	22
4.1.5. Časopis VTM v roce 1988	23
4.2. Popis časopisů pro děti a mládež v roce 2008	25
4.2.1. Časopis ABC v roce 2008	25
4.2.2. Časopis Bravo v roce 2008	29
4.2.3. Časopis Mateřídouška v roce 2008	32
4.2.4. Časopis Sluníčko v roce 2008	34
4.2.5. Časopis VTM Science v roce 2008	36
5. Analytická část	40
5.1. Časopisy pro děti a mládež v kontextu společenské a politické situace na konci 80. let 20. století	40
5.2. Průnik komunistické ideologie a propagandy do časopisů pro děti a mládež na konci 80. let 20. století	43
5.3. Časopisy pro děti a mládež v kontextu společenské a politické situace na konci první dekády 21. století	48
5.4. Průnik reklamy a marketingu do časopisů pro děti a mládež na konci první dekády 21. století	50
6. Statistická část	56
6.1. Statistické vyhodnocení míry průniku komunistické ideologie a propagandy do časopisů pro děti a mládež v roce 1988	56

6.2 Statistické vyhodnocení přítomnosti reklamy a marketingu v obsahu časopisů pro děti a mládež v roce 2008	61
7. Závěr	64
8. Seznam použité literatury a pramenů	67
9. Přílohy	69
Seznam příloh	69

1. Úvod

Autor bakalářské práce si za objekt bádání zvolil časopisy pro děti a mládež. Pokouší se zjistit, jakým způsobem se do této kategorie médií promítly hluboké politické změny, kterými naše země prošla v uplynulých dvaceti letech. Zkoumá, jak se zde odráží změna stylu života, všímá si dopadů společenské a ekonomické transformace i technologického rozvoje v České republice.

Časopisy, podobně jako další média, mají vliv na myšlení a chování dětí a mladých lidí, a jsou tedy vhodným prostředkem jejich ovlivňování. Podstatný díl práce je s ohledem na tuto skutečnost věnován částem obsahu časopisů, které dříve zastupovaly zájmy komunistické ideologie, u současných periodik pak zájmy komerční.

Cílem práce je přinést popis a analýzu periodik pro děti a mládež v období pozdní normalizace a v současnosti, se zaměřením na některé konkrétní oblasti. Těmi jsou struktura obsahu, technické zpracování, grafická podoba. Stěžejními cíli jsou však zjištění míry průniku komunistické ideologie a propagandy do pěti konkrétních časopiseckých titulů vydaných v roce 1988, zjištění vlivu marketingu na obsah a podílu reklamy v pěti shodných nebo podobných titulech vydaných v roce 2008.

Závěr práce by měl odpovědět na otázku, co dvacetiletá proměna přinesla dětským a mladým čtenářům a jaké trendy v této časopisecké kategorii nastaly.

2. Vymezení pojmů a metodika práce

2.1. Vymezení základních pojmů

Časopisy pro děti a mládež jsou zde chápány jako tištěná periodika zaměřená na cílové skupiny od dětí v předškolním věku po dospívající mládež ve věku středoškolském (specifikace zaměření konkrétního titulu včetně vymezení věkové kategorie čtenářů bude součástí deskriptivní části). Vybrané tituly byly zvoleny s ohledem na skutečnost, že jde o časopisy v rámci jednotlivých čtenářských kategorií většinové, typické, tradiční, všeobecně známé a v obou sledovaných obdobích vycházející ve stabilním nákladu.

Ideologií je zde myšlena ideologie komunismu, tedy soustava myšlenek, názorů a teorií založených na přesvědčení o historické nadřazenosti zespolečenštěného vlastnictví a rovnostářského rozdělování i jeho totalitní prosazování. Ve stejném kontextu je zde chápána propaganda coby veřejné šíření myšlenek a názorů s cílem získat přívržence.¹

Reklama je zde pojímána jako tvorba a distribuce zpráv poskytovatelů zboží či služeb nabízených s komerčním cílem. Jde o placené zprávy, které využívají komunikační média k dosažení vlivu na cílové skupiny. Patří sem mj. inzerce v časopisech. Takto chápaná reklama je nejrozšířenější, i když je třeba připomenout, že zákon o regulaci reklamy nepovažuje za znak reklamy její poskytování za úplatu.² Výrazem marketing jsou zde označovány aktivity uskutečňované v rámci koncepce obchodní a výrobní politiky firem a vydavatelství.³

2.2. Zvolená metodika práce

Základem práce je deskripce pěti titulů časopisů pro děti a mládež z roku 1988 a stejného počtu titulů z roku 2008. Vybranými tituly z roku 1988 jsou: Sluníčko, Mateřídouška, ABC mladých techniků a přírodovědců, VTM – věda a technika mládeži, Sedmička pionýrů. Vybranými tituly z roku 2008 jsou: Sluníčko, Mateřídouška, ABC – časopis generace 21. století, VTM Science a Bravo.

Tituly jsou zvoleny s ohledem na různost věkových kategorií čtenářů a cílových podskupin. Věkové rozpětí publika popisovaných titulů je tak v rámci časopisů pro děti a

¹ Kolektiv autorů a konzultantů, Slovník cizích slov, Baronet, vydání 2., Praha 2005, s. 146 a 180 a 275.

² NOVÁKOVÁ, E., JANDOVÁ, V., Reklama a její regulace, Linde, vydání 1., Praha 2006, s. 13.

³ Kolektiv autorů a konzultantů, Slovník cizích slov, Baronet, vydání 2., Praha 2005, s. 211.

mládež téměř úplné, jelikož předmětem popisu i zkoumání jsou zde časopisy pro čtenáře od předškolního po středoškolský věk. Popisovány jsou soubory pěti po sobě jdoucích čísel každého časopisu, aby mohla být sledována kontinuita obsahu. Pět čísel z každého ročníku autor považuje za vzorek dostatečně vypovídající o stálosti popisovaných atributů, byť v některých nuancích, zejména v rámci obsahové struktury, může v průřezu popisovaných vydání docházet ke změnám. Soubory byly v rámci daných období vybrány náhodně, bez jakéhokoliv dalšího záměru autora.

Další částí práce bude podrobnější analýza obsahu jednotlivých časopisů pro děti a mládež v kontextu společenské a politické situace konce 80. let 20. století, resp. konce první dekády 21. století, analýza průniku komunistické ideologie a propagandy do obsahu časopisů v prvním sledovaném období a analýza průniku reklamy a marketingu do obsahu vybraných titulů ve druhém sledovaném období. Zatímco v deskriptivní části jsou časopisy řazeny abecedně, v analytické části je, z důvodu návaznosti analyzovaných obsahů, kritériem řazení věkové zaměření jednotlivých titulů.

Třetí, stěžejní částí bude část statistická. Na základě kvantitativní analýzy všech titulů a jejich vydání bude v obsahu časopisů z prvního sledovaného období zjištěn podíl stran s výskytem výrazů, jejichž význam je v daném kontextu bezprostředně spjat s komunistickou ideologií nebo nesou prvky propagandy, v obsahu časopisů z druhého sledovaného období pak bude totožným způsobem zjištěn podíl placené inzerce. Výsledná data budou zpracována do grafické podoby.

3. Vývoj časopisů pro děti a mládež v uplynulých pětadvaceti letech

3.1. Časopisy v roce 1988

Možnosti vydavatelské činnosti byly před rokem 1988 omezené systémem centrálně plánovaného hospodářství socialistického Československa. Situaci médií ovlivňovala neexistence tržního prostředí, prostředky a možnosti informování veřejnosti byly díky totalitnímu zřízení limitované. Doba pozdních 80. let byla navíc poznamenána celkovou pasivitou společnosti a frustrací, která více či méně, přímo nebo zprostředkovaně postihovala všechny věkové kategorie občanů.

Lze konstatovat, že i za těchto podmínek existovaly v kategorii časopisů pro děti a mládež tituly, které se daly považovat za značně oblíbené. Tato skutečnost byla do značné míry dána právě některými z výše uvedených dispozic (viz dále), obliba časopisů však nepochybně byla také dílem jejich redakcí. Jednalo se zejména o časopisy *Sluníčko*, *Mateřídouška*, *Ohníček*, *Sedmička pionýrů*, *VTM – věda a technika mládeži* a především *ABC mladých techniků a přírodovědců*.

Zejména poslední z uvedených titulů si díky svému širokému zaměření, poutavému zpracování témat, vystřihovánkám a podobným doplňkům obsahu zasloužil značnou čtenářskou oblibu – v roce 1988 mělo *ABC* náklad 310 000 výtisků, a i přesto mezi čtenáři neustávaly stížnosti na jeho nedostatek.⁴

Zde je nezbytné podotknout, že poměrně značná oblíbenost konkrétních časopisů pro děti a mládež byla zčásti důsledkem neexistující nebo pouze minimální konkurence, a tedy značně omezené nabídky titulů, kdy pro každou věkovou kategorii nebo zájmovou skupinu čtenářů byl určen pouze jeden titul, byť v některých případech, zejména u časopisů *ABC* a *VTM*, občas docházelo k prolínání tématického zaměření obsahu.

Média obecně před rokem 1989 fungovala jako instituce, jejímž posláním bylo zajišťovat vládnoucí vrstvě legitimizující symbolické prostředí. Zároveň však byla významnou součástí každodenního života společnosti, byla nezastupitelným zdrojem poznání, poučení, zábavy a mezilidského kontaktu. Ať byla média jakkoliv služebná, ať byla jakkoliv vnímána jako nástroj působení mocenské elity, přece byla nepřehlédnutelnou a důležitou součástí života.⁵

Svébytnou kategorií byly časopisy pro děti a mládež, které většinou a priori nesloužily k šíření myšlenek komunismu. Pomáhaly naopak vytvářet ve společnosti jistý tvůrčí prostor a

⁴ TOMAN, V., *Můj život s ABC – ábíčkem*, Ostrov, vydání 1., Praha 2005, s. 55.

⁵ Kolektiv autorů, *10. let v českých médiích*, Portál, vydání 1., Praha 2005, s. 14.

pro část dospělé populace umožňovaly nalézání únikových cest od reality tehdejších dnů. Pochopitelně ani ony nezůstaly ušetřeny komunistické propagandy; do jaké míry tomu tak bylo, je zčásti předmětem této práce.

3.2. Časopisy po roce 1988

Politické a společenské změny na přelomu let 1989 a 1990 zasáhly do oblasti médií velmi citelně. Hned na počátku 90. let se začala masová média rychle měnit. Především došlo k jejich významné proměně obsahové – faktický rozpad systému úkolování médií a dozoru nad nimi, který provázel ústup starého režimu, postavil média před možnost (a také nutnost) ohlížet se více na potřeby a zájmy čtenářů. Dále proběhlo důsledné odstátnění médií (což bylo chápáno jako základní podmínka jejich demokratizace) a následně privatizace tištěných médií.⁶

Od počátku 90. let vstupovali na tehdy československý trh zahraniční vydavatelé periodického tisku, časopisy pro děti a mládež nevyjímaje. Tuzemské tituly se musely co nejdříve začít přizpůsobovat tržním podmínkám, určeným silnými vydavatelstvími ze západní Evropy nebo Spojených států amerických (typickým příkladem byl časopis Bravo, který se velmi výrazně odlišoval od dosavadní české produkce, avšak cílové skupině čtenářů nebyl zcela neznámý, neboť do Československa jeho výtisky pronikaly již před rokem 1989, často např. ze Spolkové republiky Německo).

Zároveň se vstupem českých mutací zahraničních titulů byly zakládány nové české časopisy. Některé dříve zavedené tituly (například Sedmička, před tím Sedmička pionýrů z vydavatelství Mladá fronta) tyto změny nepřečkaly a zanikly. Většinou se tak stalo v první polovině 90. let, ovšem například vydávání VTM (pod názvem VTM Science) bylo pozastaveno podstatně později (viz dále).

Již pět let po zahájení transformace mediálního tiskového trhu, tedy v polovině 90. let, byla struktura časopisecké nabídky v zásadě z hlediska typologického ustálená a přibližovala se v hlavních rysech struktuře vyspělých zemí. Přicházela, popř. odcházela zahraniční vydavatelství, avšak zásadní vliv na profil i charakter vydavatelské činnosti to již nemělo. Měnily se a mění počty i názvy vydávaných titulů a jejich vlastníci.⁷

Přesto lze konstatovat, že u většiny zde popisovaných a zkoumaných časopisů, které vycházely pod shodnými nebo podobnými názvy v obou sledovaných obdobích, byl v roce

⁶ Kolektiv autorů, 10. let v českých médiích, Portál, vydání 1., Praha 2005, s. 15.

⁷ Tamtéž, s. 89.

2008 vydavatel v zásadě stejný jako v roce 1988: tituly Mateřídouška, Sluníčko a VTM náležely, stejně jako před rokem 1989, vydavatelství Mladá fronta, které se však transformovalo ze svazácké organizace v akciovou společnost. Z původních tuzemských titulů se vydavatel změnil jen u ABC, kde jím byla v předlistopadové době rovněž Mladá fronta, kdežto dnes je to Ringier ČR, a.s.

Kromě změn souvisejících s vytvářením nové vlastnické struktury a vstupem zahraničních vlastníků na český časopisecký trh prodělal další výraznou změnu způsob zpracování obsahu časopisů. Ustavila se v zásadě nová „časopisecká kultura“ vyznačující se vizualizací obsahu a nápadnou trivializací obsahů i jazyka, větší nápadností grafické úpravy a průnikem produktů public relations do mediálních obsahů.⁸ Nápadné je s odstupem času zkracování a zjednodušování textů a neustále se zvyšující podíl grafických prvků oproti snižujícímu se podílu psaného textu. Tyto změny způsobu zpracování obsahu se výrazným způsobem dotkly kategorie časopisů pro děti a mládež.

⁸ Kolektiv autorů, 10. let v českých médiích, Portál, vydání 1., Praha 2005, s. 84.

4. Deskriptivní část – popis časopisů pro děti a mládež

Přestože v průběhu dvaceti let došlo ke značným změnám na trhu časopisů pro děti a mládež, některé tituly, byť již vycházející v rámci jiné vlastnické struktury, s jinými podtituly a zcela odlišným grafickým zpracováním přečkaly všechny uvedené změny. Jejich místo na trhu se ukázalo jako natolik pevné, že jsou vydávány dodnes, a to v zásadě s podobným obsahovým zaměřením.

Tyto časopisy, s výjimkou jednoho, jsou z důvodu výše uvedeného předmětem této práce. Jmenovitě jde o tyto časopisy: ABC mladých techniků a přírodovědců, který v současnosti vychází s podtitulem „časopis generace 21. století“, Mateřídouška, Sluníčko a VTM – věda a technika mládeži, dnes VTM Science.

Jediným popisovaným a zkoumaným titulem, který uvedené změny nepřečkal do roku 2008, je Sedmička pionýrů – čtení pro chlapce a děvčata na sedm dní. Časopis pod tímto názvem vycházel od roku 1971 do roku 1990. Poté jej Mladá fronta vydávala s odideologizovaným obsahem a pod zjednodušeným názvem Sedmička do roku 1992, kdy vydávání titulu skončilo z důvodu nerentability. V roce 2009 pak skončilo i VTM Science.

Pro účel této práce byl proto v rámci druhého sledovaného období vybrán časopis Bravo, který je svým obsahem zaměřen na shodnou věkovou kategorii čtenářů, tedy dívky a chlapce od 11 do 16 let, a Sedmičce pionýrů odpovídá také výběrem témat, populárních pro širokou skupinu teenagerů. Titul je rovněž již stabilní součástí českého časopiseckého trhu, první číslo tehdy československé mutace vyšlo v roce 1991.

4.1. Popis časopisů pro děti a mládež v roce 1988

4.1.1. Časopis ABC v roce 1988

Název: ABC mladých techniků a přírodovědců

Vydavatel: Mladá fronta

Periodicita: čtrnáctideník

Zaměření: časopis o vědě, technice a přírodě, určený pro chlapce a dívky ve věku od 9 do 14 let⁹

Počet stran: 48 (32 + 16)

⁹ URBANOVÁ, S., Sedm klíčů k otevření literatury pro děti a mládež 90. let XX. Století, Votobia, vydání 1., Olomouc 2004, s. 449.

Formát: 210 x 280 mm

Barva: celobarevný

Cena: 3 Kčs

Grafická podoba a technické zpracování

Zaměření časopisu ABC mladých techniků a přírodovědců v roce 1988, kdy vycházel ročník 32, resp. 33, zcela odpovídá podtitulu názvu časopisu. Koresponduje s ním také způsob technického zpracování a zejména grafická podoba časopisu.

Časopis je tištěný na 32 stranách měkkého papíru a šestnácti stranách příloh (tzv. děček) na papíru tvrdém a matném.

Časopis je graficky poměrně bohatě strukturovaný, z grafického zpracování je patrná široká škála témat. Mimo přílohy je každá strana doplněna minimálně jednou fotografií, většina fotografií je barevných. Namátkově vybrané 5. číslo časopisu ročníku 33 (vyšlo 11. listopadu 1988) obsahuje celkem 69 fotografií, z toho 42 barevných a 27 černobílých. Na jednu stranu tedy připadá 1,44 fotografie, přičemž je nutno vzít v úvahu funkci příloh, tzv. děček, které slouží jako vystřihovánky a obsahují jen minimum fotografií, konkrétně 12. Při zohlednění tohoto faktu vychází na jednu stranu 1,78 fotografie. K tomu je časopis bohatě doplněn ilustracemi k různým tématům.

První strana obálky časopisu je vždy věnována některému z témat. Tvoří ji obvykle jedna nebo dvě barevné fotografie s titulkem upoutávajícím na článek uvnitř časopisu.

Obsahová struktura

Časopis obsahuje celkem 22 stálých rubrik (viz tabulka č. 1) a 10 samostatných monotematických článků či povídek.

Tabulka č. 1: ABC mladých techniků a přírodovědců, přehled rubrik.¹⁰

Název rubriky	Obvyklé umístění	Obvyklý rozsah	Charakteristika
„Z Píďova nápadníku“	Str. 2	1/5 str.	ilustrovaný návod na výrobu originálních výrobků, praktických, výtvarných atp.
„Kdy? Kde? Kdo? Co? Jak? Který? Proč?“	Str. 3.	2/3 str.	zajímavosti ze zahraničí, obvykle ze Sovětského svazu, doplněné fotografiemi

¹⁰ Zpracováno podle: časopis ABC mladých techniků a přírodovědců, ročník 33, čísla 4 – 8/1988.

„Víte že...“	Str. 3	1/6 str.	krátké textové informace o zajímavostech z domova i ze světa, obvykle technické
„Pionýrský kompas“	Str. 8	1 str.	informace o činnosti pionýrských organizací
„Pionýrští dopisovatelé hlásí“	Str. 9.	1/3 str.	citace z dopisů pionýrů z ČSSR a SSSR
„Stezkou snů a činů“	Str. 9	2/3 str.	povídka s pionýrskou tematikou a úkoly pro čtenáře
„Kalendář mladého přírodovědce“	Str. 12 – 13	2 str.	seriál o biotopech, chráněných a ohrožených živočiších, rostlinách
„Můj koníček, moje záliba“	Str. 14 – 15	2 str.	informace týkající se především pěstitelství a sběratelství
„Obrazová škola ABC“	Str. D1 – D2	2 str.	zajímavosti z oblasti přírody vědy a techniky, 1. část tvoří především obrazové informace doplněné krátkými popisnými texty, 2. část je souvislý podrobný text
„Atlas ABC“	Str. D3 – D4	2 str.	vystřihovánka kartiček s živočichy či rostlinami, čelní stranu tvoří obrázek, zadní stranu popisné texty
„Redakční oznamovatel“	Str. D5	1 str.	řádková inzerce čtenářů
vystřihovánky	Str. D6 – D12	7 str.	vystřihovánky s historickými a technickými motivy, doplněné návody, legendami a popisnými texty
„Technický atlas ABC“	Str. D13 – D14	2 str.	vystřihovánka kartiček s historickou i soudobou technikou různého druhu, čelní stranu tvoří obrázek, zadní stranu popisné texty
komiks – „Lovci zelených pokladů“	Str. D16	1 str.	původní komiks ABC
„Zadáno pro techniky“	Str. 20 – 22	3 str.	technické a praktické informace pro modeláře a příznivce techniky, výkres
„Autosalón na stole“	Str. 25	1/2 str.	rubrika pro sběratele modelů automobilů
„Abeceda šikovných děvčat“	Str. 26 – 27	1 a 3/4 str.	praktické informace pro dívky, obvykle týkající se módy, šití, kuchyně atp.
„Bibi radí“	Str. 27	1/4 str.	rady z oblasti psychologie a výchovy

			dívek
„Haló, zde redakce“	Str. 30	1 str.	tipy na zájezdy, výlety, knihy, filmy atp.
„Kolem světa“	Str. 31	1. str.	informace o technických zajímavostech, doplněné fotografiemi a ilustracemi
komiks – „Kruanova cesta“	Str. 32	1 str.	původní komiks ABC

Samostatné články jsou vesměs zaměřeny na techniku, přírodu, přírodní vědy a historii. Texty jsou poměrně rozsáhlé, podrobné a vyznačují se relativně vysokou mírou odbornosti, pramenící mj. ze zastoupení odborníků v redakci. Část obsahu mapuje a popisuje život dětí a mladých lidí, ať již v rámci pionýrských, nebo čistě zájmových organizací.

Součástí obsahu všech popisovaných čísel jsou texty, které akcentují vědecké, průmyslové a zemědělské úspěchy tehdejšího Československa, příp. dalších zemí Rady vzájemné hospodářské pomoci, zejména Sovětského svazu (viz podrobněji v dalších částech práce). Ve všech zkoumaných číslech jsou zároveň přítomny články, které jsou zcela oproštěny od politického nebo ideologického podtextu.

Nedílnou součástí obsahu časopisu byly od 17. ročníku, který začal vycházet v září roku 1972, přílohy na tvrdém papíru, tzv. děčka. Zařazení těchto příloh bylo výsledkem reflexe potřeby čtenářů dostat s časopisem „něco vtipného, lákavého“ (název příloh vyjadřuje symbolické doplnění písmene D za název ABC a zároveň vystihuje podstatu těchto příloh jako „doplňku“, „dárku“, „drobnosti“ k samotnému obsahu časopisu).¹¹ Převážnou část příloh tvoří vystřihovánky, obvykle s motivy technickými, historickými a přírodovědnými.

V pojednání o struktuře obsahu se jeví jako nezbytné zmínit komiks, který je nedílnou součástí ABC po celou dobu jeho historie. Titul ABC mladých techniků a přírodovědců byl průkopnickým časopisem v tomto žánru v době, kdy komiks nebyl v Československu příliš rozšířen ani žádoucí. V období od roku 1957 do roku 1992 vyšlo v ABC celkem 58 původních českých komiksů.¹² V popisovaném 33. ročníku to byly komiksy „Lovci zelených pokladů“ a „Kruanova cesta“.

Z obsahu časopisu je evidentní jeho funkce, rozdělená mezi zábavu a poučení, resp. vzdělání. Je možné konstatovat, že autorům článků se ve většině případů dařilo skloubit značnou míru odbornosti s poutavým, populárním stylem. Výsledkem byla poměrně velká obliba, vyjádřená mj. nákladem časopisu. Ve druhé polovině osmdesátých let se náklad zvedl

¹¹ TOMAN, V., Můj život s ABC – ábíčkem, Ostrov, vydání 1., Praha 2005, s. 100.

¹² Tamtéž, s. 164.

na 300 tisíc výtisků a ABC se tak stalo největším časopisem pro danou věkovou skupinu čtenářů.¹³

4.1.2. Časopis Mateřídouška v roce 1988

Název: Mateřídouška – literární měsíčník pro nejmenší čtenáře

Vydavatel: Mladá fronta

Periodicita: měsíčník

Zaměření: literární časopis, určený dětem předškolního a mladšího školního věku¹⁴

Počet stran: 32

Formát: 160 x 230 mm

Barva: celobarevný

Cena: 1,50 Kčs

Grafická podoba a technické zpracování

Již z grafického zpracování obálky i ostatních stran časopisu Mateřídouška v roce 1988, kdy vycházel jeho 44. a 45. ročník, je patrné, že šlo o časopis určený nejmenším čtenářům. Jeho technické a grafické zpracování je tedy poměrně jednodušší než v případě ostatních popisovaných časopisů pro děti a mládež té doby, s výjimkou časopisu Sluníčko.

Prakticky zcela odpadá proces zpracování fotografie. V pěti prvních číslech 45. ročníku nebyly nalezeny žádné fotografie, časopis je oproti tomu poměrně bohatý na ilustrace – jednotlivá čísla obsahovala okolo šedesáti původních ilustrací, čili v průměru přibližně dvě ilustrace na jednu stranu.

Obálka časopisu je vždy spjata s některým z témat obsažených v daném čísle, obvykle se jedná o motiv typický pro daný měsíc nebo roční období. První strana obálky je tvořena výhradně ilustrací, neobsahuje žádný text.

Časopis je v celém rozsahu tištěný na měkkém papíru.

¹³ TOMAN, V., Můj život s ABC – ábíčkem, Ostrov, vydání 1., Praha 2005, s. 100.

¹⁴ URBANOVÁ, S., Sedm klíčů k otevření literatury pro děti a mládež 90. let XX. Století, Votobia, vydání 1., Olomouc 2004, s. 452.

Obsahová struktura¹⁵

Struktura obsahu časopisu je poměrně stálá. V popisovaných číslech ji tvoří sedm rubrik, pět seriálů (viz tabulka č. 2), v každém čísle je dále obvykle pět samostatných ilustrovaných povídek, pohádek nebo básniček.

Tabulka č. 2: Mateřídouška, přehled seriálů a rubrik.

Název rubriky	Obvyklé umístění	Obvyklý rozsah	Charakteristika
„Zeptejte se moudré sovy“	Str. 12, 13	2 str.	odpovědi na nejrůznější otázky, obvykle zjišťovací, které si mohou klást děti předškolního a mladšího školního věku, doplněno ilustracemi
„Záhadné nápisy“	Str. 19	1 str.	hra se zaměřením na znalosti jazyka, doplněná ilustracemi
„Škola hrou“	Str. 20, 21	2 str.	hra s obrázky, zaměřená na obecné znalosti, logické, matematické a další schopnosti
„Z chytrých zápisníků“	Str. 22, 23	1 – 2 str.	zábavnou formou podané praktické rady pro děti, doplněné obrázky
„Mateřídouška...“	Str. 24, 25	2 str.	připomínky výročí a dalších významných skutečností, oznámení, pozvánky atp.
„Já také rád kreslím a píšu“	Str. 26, 27	2 str.	ilustrované a veršované příspěvky čtenářů
komiks	Str. 31, 32	2 str.	zde „Klok a Kloček“
Název seriálu	Obvyklé umístění	Obvyklý rozsah	Charakteristika
„Měsíc v příslovích, básničkách, hádankách, pohádkách“	Str. 2, 3	2 str.	přísloví, hádanky, verše a pohádky, vztahující se k danému kalendářnímu měsíci, doplněno ilustracemi
„Pohádky z celého světa“	Str. 8, 9	2 str.	zejména poučné pohádky ze všech koutů světa, doplněné ilustracemi
„Cirkus Legrando“	Str. 16 - 18	3 str.	povídkový seriál s cestopisnou tematikou, doplněný obrázky
„Povídejte pohádku“	Str. 28, 29	2 str.	pohádka se sérií obrázků, motivující děti

¹⁵ Zpracováno podle: časopis Mateřídouška, ročník 45, čísla 1 – 5/1988.

			k učení a procvičení paměti
„Spořilková soutěž o deset dárků“	Str. 30	1/3 str.	logická soutěž České státní spořitelny

4.1.3. Časopis Sedmička pionýrů v roce 1988

Název: Sedmička pionýrů – čtení pro chlapce a děvčata na sedm dní

Vydavatel: Mladá fronta

Periodicita: týdeník

Zaměření: časopis pro chlapce a dívky staršího školního věku, zaměřený na populární témata

Počet stran: 16

Formát: 235 x 330 mm

Barva: celobarevný

Cena: 1 Kčs

Grafická podoba a technické zpracování

Zaměření časopisu Sedmička pionýrů v roce 1988 (ročníky 21 a 22) bylo poměrně široké a méně specifické než u všech ostatních popisovaných časopisů. Odpovídá tomu i grafické zpracování, z něhož je také patrná snaha oslovit dospívající publikum, dívčí i chlapecké.

Oproti ostatním popisovaným titulům z roku 1988 je Sedmička pionýrů graficky méně ustálená. Zastoupení textu, ilustrací a grafiky je v jednotlivých číslech variabilní, stejně jako rozsah a rozmístění textové a obrazové složky. V pěti vybraných jednotlivých vydáních 22. ročníku se nachází mezi třidvaceti a třiceti fotografiemi, většinou barevnými, a sedmi až šestnácti ilustracemi. Například ve 12. čísle se nachází 27 fotografií, čili 1,69 snímku na stranu, z toho devatenáct fotografií barevných. Ilustrací je zde devět.

Motiv na první straně obálky Sedmičky pionýrů odkazuje na článek uvnitř čísla, obvykle jde o jednu velkou fotografii, případně ilustraci, doplněnou titulkem.

Časopis je v celém rozsahu tištěný na měkkém papíru.

Obsahová struktura¹⁶

Pro obsah, podobně jako v případě grafického zpracování, je typická tematická neustálenost. V popisovaných číslech najdeme devět pravidelných rubrik (viz tabulka č. 3), dále tři až čtyři seriály a osm až jedenáct různě dlouhých samostatných článků.

¹⁶ Zpracováno podle: časopis Sedmička pionýrů, ročník 22, čísla 10 – 14/1988.

Tabulka č. 3: Sedmička pionýrů, přehled rubrik.

Název rubriky	Obvyklé umístění	Obvyklý rozsah	Charakteristika
„Kalendář“	Str. 2	1/4 str.	kalendárium výročí významných událostí, astronomické údaje apod.
„Pionýrská zpravodajská agentura“	Str. 2	1/2 str.	příspěvky pionýrských oddílů
„Fejeton“	Str. 2	1/4 str.	fejeton na libovolné téma
„Vyšší dívčí/chlapecká“	Str. 13	1/2 – 1 str.	většinou praktické informace pro chlapce nebo dívky, případně obě pohlaví
„Bude vás zajímat“	Str. 14	1 str.	informace z kultury, zejména populární hudby, zajímavosti ze světa
„Hrajeme se Sazkou“	Str. 15	1/4 str.	vědomostní soutěž z oblasti sportu
„Písnička“	Str. 15	1/3 str.	noty a text vybrané písně, nečastěji popové, rockové nebo folkové
„Smějeme se“	Str. 16	1/4 str.	krátké anekdoty
komiks	Str. 16	3/4 str.	zde komiksový seriál „Moderní pravěk“

Články v Sedmičce pionýrů jsou velmi různorodé a týkají se všeho, co čtenáře cílové věkové kategorie zajímalo, nebo spíše mělo zajímat. Jsou zde rovněž texty výchovné, články motivující k různým způsobům trávení volného času, k dobrým výsledkům ve škole, ve sportovních a jiných soutěžích a podobně. Značnou část obsahu tvoří texty, jejichž význam je evidentně ideologický (viz dále).

Různorodost obsahu Sedmičky pionýrů je možno ilustrovat např. na čísle 12: na 3. straně přináší pokračování seriálu „Volgogradské skici“ s názvem „Sašo, kluku od soustruhu“. Text vypráví o volnočasových aktivitách pionýrů v sovětském městě Volžskij. Článek s titulkem „Krajina pod pokličkou“ na straně 4 se zabývá chráněnými přírodními druhy vyskytujícími se na Kokořínsku. Text „Nebojte se MO“ na téže straně sestává z úloh řešených v rámci matematických olympiád. Strana 7 je věnována závodu v přespolním běhu ve Valticích. Na 8. a 9. straně je fotoreportáž s krátkým textem, nadepsaným „Jak fotografovat poušť“, o výletu do alžírské pouště. Strana 10 je věnována humornému seriálu s kriminální zápletkou „Návrat Žlutého Roberta“. Na straně 11 jsou představeny novinky ze sovětského automobilového průmyslu. Následující strana patří seriálům „Koňské skoropohádky“ a „Miniinformatorium o našich skanzenech“.

V časopise se vyskytuje několik nepravidelných rubrik, např. „Klub odívání mladých“.

4.1.4. Časopis Sluníčko v roce 1988

Název: Sluníčko – měsíčník pro nejmenší

Vydavatel: Mladá fronta

Periodicita: měsíčník

Zaměření: časopis pro děti předškolního věku¹⁷

Počet stran: 32

Formát: 185 x 230 mm

Barva: celobarevný

Cena: 2 Kčs

Grafická podoba a technické zpracování

V roce 1988 vycházely ročníky č. 21 a 22 magazínu Sluníčko. Důraz na obrazovou složku vyplývá ze zaměření časopisu na děti v předškolním věku, u nichž se běžně nepředpokládá schopnost číst. Výtvarná složka je ve Sluníčku rovnocenná s textem a má aktivizační charakter.¹⁸

Na rozdíl od Mateřídoušky se ve Sluníčku objevuje častěji fotografie, i když v poměru k počtu ilustrací je počet snímků zanedbatelný: prvních pět čísel 22. ročníku obsahovalo dohromady pět fotografií, naproti tomu ilustrací bylo v každém vydání mezi třiceti a čtyřiceti.

První straně obálky dominuje ilustrace bez jasné vazby na obsah vydání a bez doplnění textem.

Časopis je v celém rozsahu tištěný na měkkém papíru.

Obsahová struktura¹⁹

Časopisu Sluníčko jde především o rozvíjení estetických, jazykových, poznávacích a praktických schopností dítěte. Z žánrů literatury pro děti a mládež se prosazují drobné

¹⁷ URBANOVÁ, S., Sedm klíčů k otevření literatury pro děti a mládež 90. let XX. Století, Votobia, vydání 1., Olomouc 2004, s. 454.

¹⁸ Tamtéž, s. 455.

¹⁹ Zpracováno podle: časopis Sluníčko, ročník 22, čísla 1 – 5/1988.

pohádkové prózy i básnická tvorba říkadlového zaměření.²⁰ Vyskytují se také jednoduché písničky s notami, kreslené pohádky a obrázkové hry.

Časopis má dvě rubriky, a to „Malujeme“ na straně 19, kde jsou publikovány obrázky vytvořené dětmi čtenářů, a „Dospělým“ s užitečnými informacemi na stranách 30 a 31.

4.1.5. Časopis VTM – Věda a technika mládeži v roce 1988

Název: VTM – věda a technika mládeži

Vydavatel: Mladá fronta

Periodicita: čtrnáctideník

Zaměření: časopis o vědě a technice pro dospívající chlapce a dívky

Počet stran: 64

Formát: 200 x 280 mm

Barva: celobarevný

Cena: 5 Kčs

Grafická podoba a technické zpracování

Z vizuální podoby většiny čísel 42. ročníku časopisu VTM – věda a technika mládeži je zjevné, že titul byl určen zejména středoškolským a vysokoškolským studentům. Časopis je zaměřen téměř výhradně na oblasti vědy a techniky, větší podíl zde zaujímají informace textové než obrazové.

Oproti časopisu ABC mladých techniků a přírodovědců, který je tematicky zčásti příbuzný, je grafická úprava VTM poměrně jednodušší, méně pestrá, s menší mírou barevnosti. Pozadí všech stran je bílé nebo šedé. V každém z popisovaných pěti čísel se vyskytuje celkově mezi 58 a 76 fotografiemi, průměr činí okolo jedné fotografie na stranu, a to včetně obálky časopisu. Většina fotografií je barevných. Součástí grafické úpravy jsou také kreslené ilustrace a koláže, objevuje se rovněž počítačová grafika. Významným prvkem jsou technické kresby, schémata, grafy a tabulky.

Titulní strana neobsahuje (kromě základních informací o časopisu) žádný text a její obsah téměř vždy představuje jedna fotografie nebo ilustrace. Popisek k obrazu z první strany se nachází na straně 2.

Časopis je v celém rozsahu tištěný na měkkém papíru.

²⁰ URBANOVÁ, S., Sedm klíčů k otevření literatury pro děti a mládež 90. let XX. Století, Votobia, vydání 1., Olomouc 2004, s. 455.

Obsahová struktura²¹

Popisovaná čísla obsahují celkem dvacet stálých rubrik nebo pravidelných seriálů (tabulka č. 4), dále deset až třináct delších textů (1 strana a více) a mezi patnácti a dvaceti kratšími texty.

Tabulka č.4: VTM – věda a technika mládeži, přehled rubrik a pravidelných seriálů.

Název	Obvyklé umístění	Obvyklý rozsah	Charakteristika
„Z obsahu“	Str. 2 – 3	1 a 1/2 str.	obsah vydání, doplněný obrázky z článků
editorial	Str. 3	1/3 str.	editorial některého z členů redakce
„Kalendárium“	Str. 4	1/3 str.	připomenutí významných výročí vědy a techniky
„Aktuality“	Str. 4	2/3 str.	aktuální zprávy z oblasti československé vědy a techniky
„Hlavní směry VTR“	Str. 6 – 7	2 str.	podrobnější text o některém domácím vědeckém nebo technickém projektu
„Jak jsem na to přišel“	Str. 8 – 9	2 str.	článek o úspěšných vynálezech, doplněný ilustracemi
„Rozhovor VTM“	Str. 10 – 11	2 str.	rozhovor s významnou osobností z oblasti vědy nebo techniky
„Burza nápadů SOČ“	Str. 12	1/2 str.	informace o pracích v rámci středoškolské odborné činnosti (SOČ)
„Anketa SOČ“	Str. 13	1 str.	rozhovor s úspěšným studentem vědeckého nebo technického oboru
„Co, kdy, kde“	Str. 40	1 str.	informace o novinkách z oblasti informační techniky
„Programujeme v Pascalu“	Str. 41 - 43	3 str.	praktické informace pro programátory
„Burza programů“	Str. 44 - 45	2 str.	jednoduché počítačové programy
„Elektronická dílna“	Str. 48 - 49	2 str.	praktické informace z oblasti mikroelektroniky
„Minikurs VTM“	Str. 52 - 53	2 str.	praktické informace pro kutily a pěstitele
„Domácí dílna“	Str. 54	1 str.	náměty čtenářů na technická řešení
„Zkuste si ti také“	Str. 55	1/2 str.	vysvětlení podstaty různých jevů s instrukcemi, jak daný jev vyvolat

²¹ Zpracováno podle: časopis VTM – věda a technika mládeži, ročník 42, čísla 5 – 9/1988.

„Kamenná kniha VTM“	Str. 56 – 57	1 str.	seriál o vzácnostech čs. přírody s fotografiemi živočichů a rostlin
„Pro volné chvíle“	Str. 60 – 61	2 str.	křížovky, hlavolamy, početní příklady, doplněné ilustracemi
„Z vašich dopisů“	Str. 62	1 str.	dopisy čtenářů a odpovědi redakce
„Co prosím?“	Str. 63	1/4 str.	výklad cizích slov a termínů, užitých v daném vydání

Jak již bylo uvedeno, většina článků se věnuje technice nebo vědě. Rozsah vědních oborů je poměrně široký, prakticky vždy jde o vědy přírodní. Některé články jsou psány relativně podrobně a odborně, s rozsahem až sedmi stran (viz text „Jak se mění svět“ v č. 6/1988).

V kontextu této práce je možné zmínit, že předmětem zájmu časopisu VTM v roce 1988 nejsou jen vědeckotechnické úspěchy tehdejšího Československa, Sovětského svazu a dalších zemí východního bloku, ale podobný prostor je věnován úspěšným výsledkům vývoje v západních zemích, Japonsku a dalších nekomunistických státech.

Okrajově jsou zastoupena rovněž jiná než uvedená témata. Se zaměřením časopisu na mladé čtenáře korespondují články o závislostech nebo sexualitě, které zde mají spíše výchovný charakter.

V časopise se v minimální míře objevuje také plošná inzerce. V popisovaných číslech je celostránkově inzerována publikace „Poznej a chraň naši přírodu“, půlstrana patří náborovému inzerátu podniku Motorlet a na stejné inzertní ploše nabízí Dům obchodních služeb Svazarmu plastové modely letadel

4.2. Popis časopisů pro děti a mládež v roce 2008

4.2.1. Časopis ABC v roce 2008

Název: ABC – časopis generace 21. století

Vydavatel: Ringier ČR, a. s.

Periodicita: čtrnáctideník

Zaměření: časopis nabízející informace ze světa techniky, počítačů, přírody a sportu, určený dětem a mládeži²²

Počet stran: 60

²² Internetové stránky vydavatelství Ringier, [online]. [Převzato 24. února 2010]. Dostupné z WWW < <http://www.ringier.cz/clanek/44/abc>>.

Formát 215 x 285 mm

Barva: celobarevný

Cena: 43 Kč

Grafická podoba a technické zpracování

Zaměření ABC – časopisu generace 21. století v roce 2008, kdy vycházel 53. ročník, do značné míry koresponduje s rozvojem moderních technologií. Tato skutečnost se projevuje i v grafickém zpracování časopisu, v němž zcela jednoznačně dominuje vizuální stránka na úkor textové.

Vizuální podoba je založena na barevnosti a grafických efektech, které jsou použity rovněž v textové složce, především ve způsobu zalomení textů na jednotlivých stranách. Grafika je kolážovitá a vyznačuje se – s ohledem na tematické zaměření, obsahovou strukturu časopisu a jeho určení dětem a mladým lidem – značnou pestrostí, neustáleností. Každé číslo obsahuje několik grafických inovací a originalit.

K fotografiím a ručně tvořeným ilustracím přibýly ve značné míře ilustrace počítačové. V popisovaných číslech se vyskytuje mezi 25 a 50 fotografiemi, čili i při vyšším počtu vychází průměr méně než jedna fotografie na stranu. Ilustrací, ať již kreslených či počítačových, je v každém čísle minimálně padesát, z čehož vyplývá větší zastoupení tohoto vizuálního prvku než fotografie.²³

Titulní strana časopisu je vždy věnována hlavnímu tématu časopisu. S odkazem na grafické zpracování časopisu je zde vhodné poznamenat, že na první straně obálky všech 25 vydání 53. ročníku je obrázek vytvořený počítačovou grafikou či kresbou, tedy nikoliv fotografií. Vizuální prvek je vždy doplněn jedním dominantním titulkem a několika dalšími, odkazujícími na články uvnitř časopisu.

Časopis je v rozsahu 52 stran tištěný na měkkém papíru, osm stran příloh je natištěno na papíru tvrdém.

Obsahová struktura²⁴

Časopis obsahuje celkem dvacet pravidelných rubrik (viz tabulka č. 5), které nemají v systému řazení stran své stálé místo a jejich umístění se číslo od čísla liší. Dále jsou v každém čísle obsaženy dva samostatné monotematické články. ABC roku 2008 je charakteristické zařazením většiny textu do rubrik formou krátkých článků, „střípků“, u

²³ V uvedených výpočtech nejsou zahrnuty inzertní strany.

²⁴ Zpracováno podle: ABC – časopis generace 21. století, ročník 53, čísla 16 – 21/2008.

samostatných rozsáhlejších materiálů, které v celkovém obsahu tvoří výraznou menšinu, je typický důraz na vizuální složku.

Tabulka č. 5: ABC – časopis generace 21. století, přehled rubrik.

Název rubriky	Obvyklý rozsah	Charakteristika
„Dárky příště“	1 str.	upoutávka s vizualizací drobného předmětu, „dárku“, který je přibalen k obálce každého vydání
„Foto čísla“	2 str.	fotografie nebo grafika čtenářsky zajímavého objektu nebo jevu, doplněná stručným popisným textem
obsah	2 str.	obsah vydání, doplněný fotografiemi a grafikou
„ABC a vy“	2 str.	editorial šéfredaktorky, informace o novinkách v obsahu časopisu nebo v jeho internetové verzi, dopisy a dotazy čtenářů, odpovědi na ně
„Zoom“	3 str.	krátké zajímavosti ze světa techniky, vědy a zábavy, doplněné fotografiemi a grafikou
„Téma ABC“	4 – 8 str.	hlavní článek vydání, obvykle o technickém fenoménu, filmu či počítačové hře, bohatě doplněný obrázky
„Mobil v kapse“	1 str.	informace o novinkách v oblasti mobilní komunikace, krátká recenze mobilního telefonu a hry na mobil, otázky a odpovědi
„Hardware“	1 str.	informace o novinkách v oblasti počítačového hardware
vystřihovánky	7 str.	vystřihovánky se slepovacími modely techniky
komiks	1 str.	zde „Mourrison“
„Sound“	1 str.	informace o novinkách v oblasti populární hudby, doplněné fotografiemi
„Reportáž“	2 – 4 str.	článek věnovaný zkušenosti, poznání z libovolné čtenářsky atraktivní oblasti, bohatě doplněný fotografiemi, grafikou
„Internet“	2 str.	tipy na internetové stránky, obvykle se zábavní tematikou, doplněné krátkými popisy a screenshoty
„Videohry“	2 str.	dvoustrana věnovaná videohram, krátké recenze, obrázky z videoher

„Soutěž“	2 str.	vědomostní a úkolová čtenářská soutěž o věcné ceny
„Hřiště“	2 str.	kvízy, hlavolamy, hádanky, sudoku apod.
„Bazar“	2 str.	filmové novinky, tipy, informace o nové knize
„Edice PC her ABC“	1 str.	popis počítačové hry, prodávané pod hlavičkou ABC
„Redakční servis“	1 str.	řešení logických, her, kvízů a křížovek, kreslený seriál
„Příště“	1 str.	avízo obsahu následujícího čísla

Již z letmého prolistování časopisu je zřejmé, že většinu jeho obsahu tvoří informace o technice. Přírodovědná témata zahrnují především neobvyklé a z fotografického hlediska zajímavé přírodní jevy, mimořádné výkony živočichů (v porovnání s výkony člověka) a podobně, celkově však značně ustoupila, a to nejen moderním technologiím, ale také zábavě, zejména počítačovým hrám a filmu.

Z popisovaných vydání 53. ročníku se informace o počítačových hrách nejčastěji vyskytují v čísle 21, a to celkem na čtrnácti stranách z 53 redakčních. V ostatních popisovaných číslech je zastoupení tohoto typu zábavy menší, ale i tak je možné konstatovat, že videohry a počítačová zábava patří mezi dominantní témata ABC – časopisu generace 21. století.

Není od věci zde poznamenat, že zastoupení počítačové zábavy v obsahu tohoto časopisu je stále zřetelnější s tím, jak mezi dětmi a mladými lidmi roste obliba fenoménů posledních let či měsíců, například hraní on-line her, komunikace prostřednictvím tzv. komunitních či sociálních sítí (např. Facebook, Twitter) nebo sledování krátkých audiovizuálních záznamů umístěvaných uživateli na internet prostřednictvím specializovaných serverů (zejména YouTube). Uvedený fakt vyplývá z důkladného sledování obsahu časopisu v roce 2009 a částečně v roce 2010.

Poměrně často se vyskytují informace z oblasti sportu, s akcentem na sporty moderní – v popisovaných číslech to byly např. skateboarding či snowkiting – včetně tzv. sportů adrenalinových. V každém vydání je minimálně jeden článek věnovaný populární hudbě a jejím interpretům. Z obsahu ABC téměř vymizely články o rostlinné říši, marginálně zastoupena je také historie.

Jak již bylo uvedeno, v časopise převažuje vizuální složka sdělení, samotné texty jsou relativně krátké. Vyjma těch, které se věnují oblasti hardware, jsou texty poměrně nepodrobné a neodborné.

Z obsahu časopisu je evidentní, že jeho funkcí je především zábava, zatímco funkce poučení výrazně ustupuje. S nástupem témat jako jsou videohry nebo filmy se do časopisu

dostává zobrazení násilí, a to včetně násilí velmi brutálního, které je navíc redakcí někdy zlehčováno ilustracemi postav komentujících výjevy z her. Například obrázek ze hry „Alone in the Dark“ v čísle 17/2008, zachycující zkrvavenou postavu po zásahu mečem, doplňuje ilustrace tři figur připíjejících si „na zdraví a na brutalitu“. Výjev ze hry „Penembura: Black Plague“, recenzované v čísle 16/2008, zase „komentuje“ ilustrovaný teenager slovy: „*Nic ve zlým, potřebuju jenom tvoji nohu, kámo.*“

Dlouholetý šéfredaktor časopisu Vlastislav Toman říká, že ABC dnešních dnů není a nemůže být tím, jakým bylo za jeho působení do počátku 90. let 20. století. Změny přikládá novým podnětům, možnostem, lákadlům i problémům, na které musí časopis reagovat.²⁵

Lze konstatovat, že obsah i podobu ABC – časopisu generace 21. století ovlivňují do značné míry tlaky trhu. Vydavatel musí reagovat na konkurenci, aby udržel stále relativně vysoký prodaný náklad časopisu, představující koncem první dekády tohoto století okolo 70 tisíc výtisků.²⁶ Zároveň je jeho zájmem příjem z prodeje reklamy, která výrazným způsobem zasahuje do všech atributů časopisu.

4.2.2. Časopis Bravo v roce 2008

Název: Bravo

Vydavatel: Bauer Media v. o. s.

Periodicita: čtrnáctideník

Zaměření: časopis pro dívky a chlapce ve věku 11 až 16 let²⁷, zaměřený na populární témata, zejména na moderní hudbu, film, osobnosti hudebního a filmového světa

Počet stran: 48

Formát 210 x 280 mm

Barva: celobarevný

Cena: 27 Kč

Grafická podoba a technické zpracování

Časopis Bravo nevychází z žádného původně tuzemského titulu, jde o českou mutaci originálního německého periodika. V české, resp. tehdy ještě československé verzi byl poprvé distribuován v říjnu 1991. V roce 2008 tedy vycházel 17. ročník. Časopis je pro své zaměření

²⁵ TOMAN, V., Můj život s ABC – ábíčkem, Ostrov, vydání 1., Praha 2005, s. 198.

²⁶ Zdroj: informace o tištěném a prodaném nákladu Kanceláře ověřování nákladu tisku ABC ČR, data za prosinec 2009.

²⁷ Internetové stránky vydavatelství Bauer Media, [online]. [Převzato 5. března 2010]. Dostupné z WWW <<http://www.bauermedia.cz/casopisy/bravo/inzerce/>>.

spíše obrazový, text tvoří podstatně menší část plochy celého vydání a většiny jednotlivých stran.

V časopise je zřetelná snaha o barevnost a vizuální pestrost. Časté jsou grafické efekty použité v pozadí, při zpracování textů a zejména fotografií. Oproti všem ostatním popisovaným časopisům jsou nápadné poměrně velké titulky jednotlivých článků, typické pro tzv. bulvární periodika.

Titulní stranu každého vydání časopisu tvoří několik fotografií hvězd showbusinessu. Největší, dominantní fotografie poutá na hlavní téma časopisu, často s puncem jisté exkluzivity, a je vždy doplněna křiklavým titulkem s bulvarizujícími prvky. Ostatní fotografie po stranách obálky rovněž odkazují na články uvnitř časopisu a jsou doplněny menšími titulky.

Časopis je v celém rozsahu tištěný na měkkém papíru.

Obsahová struktura²⁸

Časopis Bravo, na rozdíl od ostatních popisovaných titulů pro děti a mládež, má podstatně méně pevnou obsahovou strukturu. V pěti popisovaných číslech se současně vyskytují pouze rubriky „Hot Action“, „Láska, sex a trápení“, „Plakát“, „Fotolovestory“, „Fun Page“, „Horoskop“ a „Comix“, umístění těchto rubrik je navíc velmi proměnlivé.

Mimo to je v každém čísle okolo deseti dalších textů, které díky zřetelnému označení strany lze pojímat jako nepravidelné rubriky. V popisovaných pěti číslech se těchto nepravidelných rubrik objevuje celkem 22 (viz tabulka č. 6). Některé se vyskytují pouze v jednom čísle, což se však jeví jako nepodstatné vzhledem ke skutečnosti, že témata textů v těchto rubrikách se různě prolínají a často jsou v odlišně nazvaných rubrikách totožná.

Tabulka č. 6: Bravo, přehled rubrik.

Název rubriky	Obvyklý rozsah	Charakteristika
„Hot action“	1 str.	především tzv. paparazzi fotografie hvězd s krátkými popisky
„Hot news“	2 – 3 str.	novinky ze světa showbusinessu, fotografie hvězd, popisky
„Interview“	3 str.	rozhovor s hvězdou showbusinessu

²⁸ Zpracováno podle: časopis Bravo, ročník 17, čísla 16 – 20/2008.

„Stars“	2 – 4 str.	příběhy a další informace ze života hvězd
„Star Life“	1 – 2 str.	fotografie s popisky, dokumentující běžný život hvězd
„Backstage“	2 a 1/2 str.	informace ze zákulisí natáčení seriálů, videoklipů apod.
„Newcomer“	1 str.	představení vycházejících hvězd showbusinessu, krátké texty s fotografiemi
„Extra“	2 – 5 str.	příběhy hvězd se „skandálním odhalením“
„Exklusivé“	2 – 4 str.	vyjádření hvězd k různým situacím
„TV News“	2 str.	upoutávky na televizní seriály, filmy a další pořady
„Filmstory“	2 str.	upoutávka na aktuální filmový hit
„Plakát“	8 str.	plakáty s hvězdami showbusinessu
„Soutěž“	2 str.	tipy na soutěže, obvykle spojené s nákupem módního spotřebního zboží
„Movie News“	1 – 2 str.	informace o novinkách ze světa filmu
„Psychotest“	1 str.	test, jehož absolvování má čtenáři odpovědět na otázku týkající se jeho osobnosti
„Láska, sex a trápení“	2 str.	odpovědi na dotazy čtenářů z oblasti sexuálního života a mezilidských vztahů
„Fotolovestory“	3 str.	příběh ze života mladých lidí, vyprávěný pomocí série fotografií s komentáři
„Community“	1 str.	texty s fotografiemi o různých stylech, o fandovství, odpovědi na dotazy čtenářů
„Funpage“	2 a 1/2 str.	humorné příběhy ze života čtenářů, doplněné fotografiemi a kreslenými ilustracemi
„Horoskop/Astro“	1 str.	horoskopy, doplněné snímkem hvězdy
„Comix“	2 str.	kreslený komiks, zde „Sally & Fanny“
„Music Tips“	2 str.	představení novinek na hudebním trhu
„Boys Zone“	1 str.	tipy na zábavu pro chlapce
„Charts“	2 str.	žebříčky hudebních hitů
„Songbook“	1 str.	texty hudebních hitů v angličtině i češtině
„Report“	2 str.	článek bezprostředně nesouvisející s showbusinessem, někdy na vážné téma, doplněný fotografiemi s popisky
„Emergency Exit“	2 str.	„bulvární“ zprávy o hvězdách, především paparazzi fotografie s heslovitými popisky
„Lastminute“	2 str.	prakticky totožný obsah jako „Emergency Exit“

Obsah časopisu je poměrně úzce zaměřen na oblast showbusinessu, zejména na produkty hudebního a filmového trhu a především na jejich aktéry: zpěváky, členy hudebních skupin a filmové či seriálové herce. Důležitější význam mají evidentně obrazová sdělení, kdy časopis těží především z vizuální přitažlivosti hvězd pro čtenářskou kategorii starších dětí a dospívající mládeže. Sdělení jsou čtenářsky atraktivní pro svůj často skandální nebo sexuální podtext.

Časopis podporuje spíše konzumní styl života dospívajících. Lze v něm ale najít i výchovné prvky nebo celospolečensky problematická témata, a to především v rubrikách „Láska, sex a trápení“ a „Report“. Posledně uvedená rubrika se v čísle 19/2008 např. zabývá (byť s faktickými chybami) dětskými oběťmi války mezi Ruskou federací a Gruzii o Jižní Osetii v srpnu 2008.

Viditelná reklama v podobě plošných inzerátů zasahuje v popisovaných číslech do cca devíti stran obsahu každého čísla. Je však evidentní, že se v každém čísle zároveň vyskytuje reklama skrytá, například v soutěžní rubrice, která nabádá ke koupi vybraných druhů módního zboží (podrobněji viz dále).

4.2.3. Časopis Mateřídouška v roce 2008

Název: Mateřídouška

Vydavatel: Mladá fronta a. s.

Periodicita: měsíčník

Zaměření: časopis pro děti od 7 do 12 let²⁹

Počet stran: 48

Formát: 210 x 280 mm

Barva: celobarevný

Cena: 34 Kč

Grafická úprava a technické zpracování

Časopis Mateřídouška v roce 2008, kdy vychází jeho 64. ročník, má podle vydavatele učit děti nové věci zajímavým způsobem.³⁰ Z vizuální podoby je zřejmé, že pozornost čtenářů má poutat zábavná složka, jejíž nositelem je také grafické zpracování. Jednotlivé strany jsou

²⁹ Internetové stránky vydavatelství Mladá fronta, [online]. [Převzato 8. března 2010]. Dostupné z WWW <<http://www.mf.cz/produkty/materidouška/>>.

³⁰ Internetové stránky vydavatelství Mladá fronta, [online]. [Převzato 8. března 2010]. Dostupné z WWW <<http://www.mf.cz/produkty/materidouška/>>.

způsobem zalomení i škálou použitých barev pestré, pozadí je často také barevné a tematicky laděné.

S ohledem na věkovou kategorii publika dominuje obraz. Časopis je bohatý na fotografie a zejména na ilustrace – na každé straně se vyskytuje minimálně jeden obrázek, obvykle je jich však mnohem více.

První straně obálky časopisu vždy dominuje obrázek s titulkem, vázaný k nosnému tématu časopisu. Ve třech z pěti popisovaných čísel byl tímto tématem nový animovaný film pro děti. Dále se na titulní straně nachází obvykle tři menší obrázky s anoncemi na články uvnitř časopisu.

Časopis je celobarevný, tištěný v rozsahu 44 stran na měkkém papíru, 4 strany jsou natištěny na tvrdém papíru.

Obsahová struktura³¹

Obsahová struktura zahrnuje 15 rubrik a pravidelných seriálů, včetně šesti komiksů (tabulka č. 7), z nichž většina nemá v řazení stran pevné místo. Mimo rámeček rubrik a seriálů jsou v každém čísle další textové a obrazové materiály v podobě samostatných, vždy bohatě ilustrovaných článků, povídek, soutěží nebo her.

Tabulka č. 7: Mateřídouška v roce 2008, přehled rubrik a seriálů.³²

Název	Obvyklý rozsah	Charakteristika
obsah	1 str.	obsah vydání s editorialem, doplněný ilustracemi
„Vtipy“	1 str.	jednoduché anekdoty ve formě textu i obrázků
„Vzkazovník“	1 str.	vzkazy dětským čtenářům, zpravidla výchovného charakteru, doplněné obrázky
„Filutovy hlavolamy“	1 str.	ilustrované hlavolamy a hádanky
komiks	2 str.	v jednom vydání je zpravidla šest různých komiksů
„Ájina nástěnka“	1 str.	informace, návody, ukázky, rozvíjející zručnost dětí
„Hórovo oko“	1 str.	ilustrovaný seriál s logickou hádankou
„Detektivní kancelář komisaře Vrt'apky“	2 str.	logická hra s texty a obrázky
„Vychytávky“	1 str.	krátké texty o čtenářských zajímavostech, doplněné

³¹ Zpracováno podle: časopis Mateřídouška, ročník 64, čísla 7 – 11/2008.

³² Pozn.: přehled je orientační. Umístění, rozsah, názvy i témata rubrik se mohou v jednotlivých číslech lišit.

		obrázky
„Dinoabeceda“	2 str.	ilustrovaný naučný seriál o dinosaurech

Část obsahu má naučný charakter. V každém čísle je článek se zeměpisnou tematikou, v popisovaných číslech lze dále najít informace o vesmíru, dinosaurech, soudobých zvířatech a podobně. Další publikované materiály, především hádanky, hry, komiksy či detektivní příběhy, procvičují logické myšlení. Komiks „Adventures of Emil the Pigeon“ je určen k výuce angličtiny. Vystříhovánky mohou pomáhat rozvíjet manuální zručnost.

Kromě plošné komerční inzerce je další reklama obsažena v samotných člancích, často nosných, a v soutěžích (viz dále).

4.2.4. Časopis Sluníčko v roce 2008

Název: Sluníčko

Vydavatel: Mladá fronta a. s.

Periodicita: měsíčník

Zaměření: časopis pro děti od 4 do 7 let³³

Počet stran: 44

Formát: 210 x 250 mm

Barva: celobarevný

Cena: 69 Kč

Grafická úprava

V roce 2008 vycházel 41. ročník časopisu Sluníčko. Hlavní ideou je podle vydavatele děti pobavit a něčemu naučit, časopis k tomu má využívat přirozené dětské zvědavosti a touhy poznávat nové věci.³⁴ Součástí každého vydání byl kompaktní disk s multimediálním obsahem, zpravidla pohádkou, který byl v roce 2009 nahrazen DVD nosičem.

Pokud jde o grafickou úpravu časopisu, charakteristický je výrazně malý podíl textu a naopak značně převažující podíl obrazové složky. V časopise se (kromě reklamy) nevyskytuje fotografie. Každá strana obsahuje minimálně jednu barevnou ilustraci, kresby jsou obvykle jednoduché až schématické a vždy jsou doplněny textem. Písmo je zpravidla větší, než je

³³ Internetové stránky vydavatelství Mladá fronta, [online]. [Převzato 8. března 2010]. Dostupné z WWW <<http://www.mf.cz/produkty/slunicko/>>.

³⁴ Internetové stránky vydavatelství Mladá fronta, [online]. [Převzato 8. března 2010]. Dostupné z WWW <<http://www.mf.cz/produkty/slunicko/>>.

v ostatních popisovaných časopisech obvyklé, což evidentně vyplývá ze zaměření časopisu na nejmenší čtenáře, u nichž je předpokládána omezená schopnost čtení textu.

Jednotlivé strany mají, v porovnání s ostatními popisovanými časopisy, jednoduchou grafickou úpravu, dominující barvou podkladu pro text a ilustrace je bílá.

Titulní strana je tvořena ilustrovaným obrázkem odkazujícím na téma uvnitř časopisu, zpravidla s edukativní funkcí, a dvěma až čtyřmi titulky – anoncemi.

Obálka časopisu je z lesklého měkkého papíru, uvnitř je použit papír měkký matný a na stranách 19 až 28, kde se obvykle nachází vystřihovánky, papír tvrdý.

Obsahová struktura³⁵

Základem obsahu časopisu jsou hry s výukovým zaměřením, a to ve formě textových her, hádanek, doplňovaček, vystřihovánek a podobně. Významným prvkem je komiks, opět s poučnou tematikou, součástí každého vydání jsou nejméně tři komiksové seriály.

Tabulka č. 8: Sluníčko v roce 2008, přehled rubrik a seriálů.³⁶

Název	Obvyklé umístění	Obvyklý rozsah	Charakteristika
komiks	Str. 3	1 str.	zde „Nazdárek hafánek“, poučný komiks
komiks	Str. 4 – 5	2 str.	zde „Na hradě Bradě“
„Malované čtení“	Str. 6 – 7	2 str.	jednoduchý text, v němž jsou některá slova nahrazena ilustrovanými obrázky
„Příběh“	Str. 8 – 9	2 str.	text pro pokročilejší čtenáře, doplněný s ilustracemi
„Školička“	Str. 10 – 11	2 str.	zde „Učíme se písmeno...“, rubrika pro předškoláky a školáky, zábavná forma výuky abecedy včetně psaní písmen
„Kouzelný slovník“	Str. 14	1 str.	doplňovačka s výukovým zaměřením
„Kdo chce vědět víc?“	Str. 16 – 17	2 str.	poučný text na určité téma, doplněný hrou a ilustracemi
„Atlas zvířat“	Str. 32 - 33	2 str.	výuková hra s textem a obrázky, soutěž
„Komiks“	Str. 38	1 str.	zde „Alíkovy trampoty“
„Ahoj za měsíc“	Str. 41	1 str.	krátké informace pro čtenáře a rodiče

³⁵ Zpracováno podle: časopis Sluníčko, ročník 41, čísla 8 – 12/2008.

³⁶ Pozn.: přehled je orientační. Umístění, rozsah, názvy i témata rubrik se mohou v jednotlivých číslech lišit.

Časopis prakticky v celém svém rozsahu učí čtenáře základům čtení, evidentním záměrem je snaha o posílení slovní zásoby a celkový rozvoj schopnosti děti používat český jazyk, seznamuje s různými životními situacemi, vytváří pozitivní vztah k přírodě a životnímu prostředí. Obrázky i text jsou dílem redakce. Vystřihovánky mohou pomáhat rozvíjet manuální zručnost.

V časopise se vyskytuje reklama v podobě inzerce, přičemž některé inzeráty mají formu hry nebo komiksu a jejich komerční podstata není na první pohled zřejmá (viz dále).

4.2.5. Časopis VTM Science v roce 2008

Název: VTM Science

Vydavatel: Mladá fronta a. s.

Periodicita: měsíčník

Zaměření: časopis o vědě a technice, určený zejména mužům³⁷

Počet stran: 100

Formát 210 x 275 mm

Barva: celobarevný

Cena: 39 Kč

Je zapotřebí zdůraznit, že časopis VTM Science není periodikem určeným výhradně (nebo především) dětem a mládeži. Od roku 1988, resp. 1989 se změnil nejen název a vizuální podoba časopisu, ale v rámci obchodní politiky vydavatele také jeho zaměření, dle kterého má oslovovat spíše mužské publikum. Přesto je titul VTM Science původnímu časopisu, který ve své době patřil do základní nabídky periodik pro mládež, tematicky i obsahově velmi blízký, je jeho přímým pokračovatelem a stejně jako původní časopis může oslovit i čtenáře mladších věkových kategorií. Vzhledem k uvedeným skutečnostem se jeví jako vhodné zařadit mezi popisované tituly i VTM Science.

Grafická podoba a technické zpracování

Z vizuální podoby 62. ročníku časopisu je patrné zaměření rovněž na dospělé čtenáře. Grafické zpracování je moderní, ale oproti časopisům pro náctileté poměrně střízlivější a barevně i graficky méně pestré. Většina stran má bílý podklad, ustálený je zlom jednotlivých

³⁷ Internetové stránky vydavatelství Mladá fronta, [online]. [Převzato 17. března 2010]. Dostupné z WWW <<http://www.mf.cz/produkty/vtm-science/>>.

rubrik a také typ písma v titulcích, které jsou oproti titulcům v časopisech pro teenagery výrazně menší.

Přes uvedenou skutečnost je vizuální složka zřetelně důležitá, o čemž svědčí počet obrázků, zastoupených nejen klasickou fotografií, ale také počítačovou grafikou. V každém z popisovaných pěti čísel se vyskytuje okolo 120 až 130 samostatných obrázků, přičemž v tomto počtu nejsou započítány inzertní strany, které v popisovaných číslech představují okolo 30 stran na jedno vydání.

Hlavní část titulní strany tvoří obrazová upoutávka na nosný článek vydání v podobě fotografie, koláže nebo počítačové grafiky, doplněná výrazným titulkem s podtitulem. Dále se na titulní straně nachází vždy tři menší obrázky s menšími titulky, odkazující na další texty uvnitř časopisu.

Časopis je v celém rozsahu tištěný na měkkém papíru.

Obsahová struktura³⁸

Obsahová struktura je poměrně ustálená. Popisovaná čísla obsahují celkem 22 rubrik, přičemž jádrem struktury obsahu časopisu jsou části nazvané „Tavicí kotel nápadů“ a „Servis“, obsahující další rubriky (viz tabulka č. 9). V časopise je dále osm až deset dalších samostatných, obvykle rozsáhlejších článků, z nichž jeden je vždy nosným textem vydání.

Tabulka č. 9: VTM Science, přehled rubrik.³⁹

Název rubriky	Obvyklé umístění	Obvyklý rozsah	Charakteristika
„Kde by moc písmen kazilo dojem“	Str. 3	1 str.	celostránková barevná fotografie zajímavé věci nebo jevu, doplněná popiskem
„Science slovem a obrazem“	Str. 4 – 6	2 str.	obsah vydání, editorial šéfredaktora, dopisy redakci
„Tavicí kotel nápadů“	Str. 9 – 28	13 str.	stručné články o zajímavostech z oblasti vědy a techniky, doplněné fotografiemi
„Krátké“	Str. 10 – 11	2/3 str.	krátké zprávy z oblasti vědy a techniky
„Představujeme“	Str. 12	1/3 str.	soubor krátkých recenzí technických prostředků, doplněný snímky

³⁸ Zpracováno podle: časopis VTM Science, ročník 62, čísla 6 – 10/2008.

³⁹ Pozn.: přehled je orientační. Umístění, rozsah, názvy i témata rubrik se mohou v jednotlivých číslech měnit.

„DigiArt“	Str. 14	1/3 str.	tipy na internetové stránky o vědě a technice
„Vychytávky“	Str. 16	1/3 str.	stručné články o čtenářsky zajímavých drobných produktech vědy a techniky
„Proč a jak“	Str. 18 – 20	3 – 4 str.	odpovědi redakce na dotazy čtenářů
„Kalendárium“	Str. 22	1/3 str.	připomenutí významných událostí z oblasti vědy a techniky
„Psychosvět“	Str. 24	1/3 str.	stručný text z oblasti psychologie nebo příbuzných oborů
„Cyberworld“	Str. 26	1/3 str.	soubor krátkých článků o aktuálním dění v počítačovém světě
„Servis“	Str. 69 – 90	17 – 19 str.	část věnovaná spíše potenciálním uživatelům soudobých technických produktů, bohatě doplněná snímky
„Svět na kolech“	Str. 70 – 71	2 str.	články o moderních automobilech
„Motorové miniatury“	Str. 72	1 str.	krátké texty s fotografiemi o perspektivních dopravních prostředcích
„Technovinky“	Str. 74 – 75	2 str.	popis technické novinky na trhu
„Digitální miniatury“	Str. 76	1 str.	krátké texty o perspektivní digitální technice
„Manuál“	Str. 78 – 80	3 str.	rozsáhlejší text o digitálních technologiích
„Velký test“	Str. 82 – 85	4 str.	redakční test technických produktů
„Techno servis“	Str. 86 – 87	2 str.	soubor recenzí různé digitální techniky
„Něco ke čtení“	Str. 88	1 str.	stručné recenze knih
„Světy skryté uvnitř herních strojů“	Str. 89	1 str.	stručné recenze videoher
„Bloudění webem“	Str. 90	1 str.	tipy na internetové stránky

Většinu obsahu popisovaných čísel časopisu VTM Science tvoří informace o moderní technice a technologiích. V každém vydání jsou rovněž informace z dalších oblastí a vědních oborů. Texty nezařazené v uvedených rubrikách jsou v rámci jednotlivých stran zřetelně začleněny do oblastí, kterých se týkají – v levém horním rohu stránky je uvedeno, o jakou oblast nebo vědní obor jde. V čísle 7/2008 je to například kosmonautika, fyzika, vojenství, ekologie, genetika, glaciologie a historie.

Samostatné články jsou oproti textům v ostatních popisovaných časopisech z roku 2008 rozsáhlejší, obvyklý rozsah činí tři až sedm stran. Články jsou poměrně podrobné a v textech se často vyskytují odborné termíny, přestože z použitého jazyka je patrná snaha témata popularizovat.

Na tomto místě je třeba uvést skutečnost, že vydavatelství Mladá fronta a. s. ke dni 31. prosince 2009 vydávání měsíčníku VTM Science bez uvedení důvodu zastavilo.⁴⁰

⁴⁰ Internetové stránky vydavatelství Mladá fronta, [online]. [Převzato 19. března 2010]. Dostupné z WWW <<http://www.mf.cz/produkty/vtm-science/>>.

5. Analytická část

5.1. Časopisy pro děti a mládež v kontextu společenské a politické situace na konci 80. let 20. století

Společenská a politická situace je v diskurzu časopisů pro děti a mládež zcela zásadní. Ve všech popisovaných titulech z roku 1988 je patrný nízký podíl tzv. „triviálních“ témat, což bylo do jisté míry důsledkem ideologicky motivované regulace, kdy triviální obsahy byly považovány za „pokleslou“ produkci, neslučitelnou s dobrými mravy dětí a mládeže.⁴¹ Tento stav podporovala neexistence tržního ekonomického prostředí.

Obsah a podoba časopisů tak nebyly určovány tržními principy, ale do jisté míry politickými strukturami, jelikož všechny tituly pro děti a mládež vydávala Ústřední rada Pionýrské organizace Socialistického svazu mládeže (PO SSM) v rámci vydavatelství Mladá fronta.

Situaci v polovině 80. let 20. století popisuje Vlastislav Toman, tehdejší šéfredaktor časopisu ABC mladých techniků a přírodovědců: *„Nebyla to léta právě nejveselejší a nejklidnější, naopak plná výročí a sjezdů a jiných politických událostí, které jsme museli zaznamenat a podporovat, ale nezahltit jimi ábíčko a ponechat mu jeho tvář. Jen tak shrnuto: čekal nás III. sjezd SSM a 60 let Sovětského svazu, 66. výročí Velké říjnové socialistické revoluce, Gustáv Husák měl sedmdesátiny, oslavovali jsme 35. výročí Vítězného února i Pionýrské organizace, 40. výročí Slovenského národního povstání. Ke všemu do toho vpadly personální změny či spíše zmatky (úmrtí, odchody a nástupy) v Sovětském svazu (Brežněv, Andropov, Černěnko)“*.⁴²

Za obsah časopisu nesl odpovědnost šéfredaktor. Někteří z šéfredaktorů nehodlali nechat poznamenat obsah přílišnou mírou propagandy, avšak museli hledat způsoby, jak předcházet případným výhradám Federálního úřadu pro tisk a informace, který následně hodnotil (cenzuroval) obsahy jednotlivých titulů. Svoji zkušenost uvádí Vlastislav Toman: *„Troufám si tvrdit, že naši čtenáři, zejména dospělí, se tou vnější kamufláží odradit nenechali a dokázali si obsah ábíčka přebrat. Klasickým příkladem je 12. číslo s datem 26. února 1988, které připomíná 40. výročí událostí z února 1948. Na titulce jsou dva fotozáběry na Staroměstské náměstí a heslo Odkud zněl hlas Února. Uvnitř pak pod tímto titulkem a dovětkem Malý*

⁴¹ Kolektiv autorů, 10. let v českých médiích, Portál, vydání 1., Praha 2005, s. 88.

⁴² TOMAN, V., Můj život s ABC – ábíčkem, Ostrov, vydání 1., Praha 2005, s. 142.

*průvodce velkým náměstím najdete hezké vyprávění Heleny a Edy Škodových o domech na Staroměstském náměstí“.*⁴³

Na druhou stranu, přestože jedním z hlavních rysů doby byla absence svobody projevu, Toman poukazuje na určitou míru tvůrčí volnosti: „*Myslím si, že všechny dětské časopisy, od Mateřídoušky až po Sedmičku, si vytvořily slušný vztah s většinou pionýrských pracovníků a že jsme byli dost svobodní*“.⁴⁴

Vliv politických struktur Toman neposuzoval jako příliš problematický v otázce samotného obsahu, ale spíše v zajištění elementárních prostředků potřebných k produkci tištěného periodika, zejména dostatečného množství papíru. A to zvláště v době, kdy například tištěný náklad ABC překonával hranici tří set tisíc kusů, tedy v období druhé poloviny 80. let 20. století.⁴⁵

Zde je třeba zmínit skutečnost, že právě toto období bylo dobou politických změn a pohybů v celém východním bloku, zahájených v roce 1985 nástupem nového vedení Komunistické strany Sovětského svazu v čele s proreformním generálním tajemníkem Michaiilem Gorbačovem a následným spuštěním programů „Perestrojka“ a „Glasnost“. Takzvaná „demokratizace“ přinášela určité uvolnění poměrů v socialistické společnosti, na jejíž vývoj měla značný dopad rovněž neutěšená ekonomická realita komunistických zemí.

Aby mohly být obsahy časopisů do určité míry nezávislé na politickému diskurzu, musely mu být tematicky co nejvíce vzdáleny. Tento přístup se v případě jednotlivých titulů liší. Témata časopisů pro nejmenší a malé čtenáře, tedy Sluníčko a Mateřídouška, byla již z podstaty těchto časopisů často situována do prostředí rodiny, čerpala z tradic a lidové kultury, přinášela pohádkové příběhy a soustředila se na věcné poučení čtenářů, výuku čtení, psaní a podobně. Prostor pro prosazování komunistické ideologie zde byl menší než v ostatních popisovaných titulech, přesto se nedá hovořit o tom, že by tyto dva časopisy byly ideologií netknuty (viz dále).

Otisky politické a společenské situace jsou mnohem více zjevné v obsahu časopisů pro starší děti a mládež. Na jedné straně se do nich promítal „budovatelský“ styl a snaha o prezentaci tehdejšího Československa coby neoddělitelné součásti „prosperujícího“ sovětského komunistického bloku a Rady vzájemné hospodářské pomoci, na druhé straně bylo evidentní, že průniku západních vlivů a trendů je stále obtížnější odolávat, a to zvláště v případě mladých čtenářů. Část z nich již běžně měla přístup k západní produkci, včetně

⁴³ TOMAN, V., *Můj život s ABC – ábíčkem*, Ostrov, vydání 1., Praha 2005, s. 148.

⁴⁴ Televizní magazín Retro, [online]. 24. května 2009 [Převzato 26. března 2010]. Dostupné z WWW <<http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/209411000360021-retro/>>.

⁴⁵ TOMAN, V., *Můj život s ABC – ábíčkem*, Ostrov, vydání 1., Praha 2005, s. 149.

magazínů pro teenagery. Trendy, kterým podléhala mládež na západ od našich hranic, se tak začínaly velmi rychle šířit v řadách československých školáků a studentů.

Tuto „rozpocenenost“ lze dohledat v každém z popisovaných titulů. Příkladem může být Sedmička pionýrů. Ve 12. čísle z roku 1988 najdeme článek nadepsaný titulkem „Sašo, kluku od soustruhu“, jenž pojednává o mladých sovětských lidech, kteří svůj volný čas tráví ve školním výrobním družstvu v městě Volžskij. Ideologický podtext je zřejmý již z úvodu textu. *„Sašo, musím přiznat, že více беру třináctiletého kluka, jako jsi ty, když pracuje na dřevoobráběcím stroji, než jen o chloupek starší dívku Lenu, která nás s úsměvem provázela muzeem. Beru víc tebe, ačkoliv je Lena bez debat hezčí a atraktivnější. Proč tě беру? Vzpomínáš, jak jsme se spolu bavili? A jak jsem se tě nejmíň třikrát ptal, zda u toho soustruhu smíš obrábět sám, bez dospělého? Víš, vzpomněl jsem si na několik učitelek, s nimiž jsem se nezávisle na sobě kdesi u nás setkal, Sašo – nenechaly by tě ani s nářadím pracovat bez pověřeného dozoru, ne. A ty máš navíc stroj, dokonalejší to výrobní prostředek. Vlastně vaše družstvo má stroj.“*

Jen o dvě čísla později, ve 14. vydání z roku 1988, vyšel článek nadepsaný „Popírání zemské přitažlivosti“ o příznivcích skateboardingu. V textu, který v podmínkách socialistického Československa „legitimizuje“ tento alternativní sport, a donedávna jen neužitečnou kratochvíli západních teenagerů, se bez negativní konotace vyskytují slangové výrazy jako „prkno“ (skateboard), freestyle, streetstyle a podobně. V podobném protikladu s výše citovaným textem jsou rovněž články o hvězdách populární hudby, které se v časopise objevují čím dál častěji, a další texty.

Do obsahů časopisů zároveň vstupovala začínající komputerizace společnosti. Bylo to patrné v případě ABC mladých techniků a přírodovědců, zejména však ve VTM. Například v namátkově vybraném 5. čísle se články s tematikou výpočetní techniky vyskytují na více než 20 stranách z celkových 64.

Zvláštním fenoménem předlistopadových časopisů pro děti a mládež byl komiks. Šlo o žánr, který z mnoha důvodů nebyl tehdejším komunistickým režimem vítán a ještě na konci 60. let 20. století byl vnímán jako škodlivý produkt západní ideologie.⁴⁶ Odpůrci komiksu se rekrutovali z řad politiků, literárních kritiků, ale také výchovných pracovníků – učitelů a funkcionářů SSM. Rezistence vůči tomuto smýšlení sjednotila šéfredaktory a další představitele časopisů pro děti a mládež.

⁴⁶ TOMAN, V., Můj život s ABC – ábíčkem, Ostrov, vydání 1., Praha 2005, s. 158.

Vedení vydavatelství Mladá fronta pak hledalo řešení v několika seminářích, na nichž měli možnost konfrontovat své názory a poznatky se zastánci názoru, že komiks je škodlivá zbraň západní ideologie. Proti tomu pracovníci redakcí hájili stanovisko, že kreslený seriál je jedním z literárních žánrů a že podstatný je obsah a poslání. Tento závěr byl postupem času do jisté míry přijat⁴⁷, komiks si pomalu nacházel své místo v časopisech pro děti a mládež a koncem osmdesátých let již byl neoddělitelnou součástí všech popisovaných titulů, vyjma VTM.

5.2. Průnik komunistické ideologie a propagandy do časopisů pro děti a mládež na konci 80. let 20. století

Jak již bylo naznačeno v předchozí kapitole, komunistická ideologie pronikala do všech časopisů pro děti a mládež. Ty byly podstatnou složkou výchovy dětí a mladých lidí v socialismu a všechny vycházely pod gescí Socialistického svazu mládeže. Komunistická propaganda se nikdy netajila tím, že slovo je pro ni „ideovou zbraní“, výchovným prostředkem, tedy v podstatě mocenským nástrojem.⁴⁸

Šéfredaktoři časopisů pro děti a mládež chodovali nejméně jedenkrát ročně na hodnocení k předsednictvu ústřední rady PO SSM. Členové předsednictva si všímali takových detailů, jako byl výskyt slova „pionýr“ nebo znaku této organizace v obsahu časopisů či kvantum informací o dění v Sovětském svazu a dalších zemích socialistického tábora. Zde se obvykle projednával i plán časopisů na další ročník.⁴⁹

Menší intenzitu dohledu nad časopisy by bylo možné předpokládat u titulů pro předškoláky a mladší školní děti. I zde je však místy evidentní. Typickým příkladem způsobu vštěpování komunistické ideologie nejmenším čtenářů je text nadepsaný „To je tvoje vlast, Československá socialistická republika“, který byl publikován v časopise Sluníčko č. 2/1988 (článek navazuje na text „Co je domov?“, otištěný na předchozích dvou stranách, popisující základní atributy rodinného prostředí): „*Ale náš domov je mnohem větší. A všichni si v něm pomáháme. Tak jako doma máma vaří a táta tě vozí autem a všechno opraví a ty pomáháš utírat nádobí, tak v tom našem velikém domově někde pěstují obilí, aby byl chleba, jinde řepu cukrovku, aby byl sladký čaj. Někde vyrábějí televizory, někde auta, jinde hračky. Schválně, zkus najít na mapě naší republiky věci, které máte doma. Zjisti, v kterém místě bydlíš, a co se ve tvém okolí vyrábí a pěstuje. A jestli to nevíš, zeptej se, co dělají v zaměstnání tvůj táta a*

⁴⁷ TOMAN, V., Můj život s ABC – ábičkem, Ostrov, vydání 1., Praha 2005, s. 160.

⁴⁸ FIDELIUS, P., Řeč komunistické moci, Triáda, vydání 1., Praha 2002, s. 15.

⁴⁹ TOMAN, V., Můj život s ABC – ábičkem, Ostrov, vydání 1., Praha 2005, s. 65.

máma a co mámy a tátové tvých kamarádů. Až budeš velký, něčemu se vyučíš a ostatní lidé budou potřebovat tvoji práci jako ty jejich.“ Článek je vzorovým příkladem ideologické práce s dětmi – již v útlém věku je připravuje na jejich budoucí roli v socialistickém hospodářství a třídně rovné společnosti.

Stálá rubrika Sluníčka se věnuje významným výročím a událostem daného měsíce. V každém z popisovaných čísel mezi připomínanými daty převažovala ta, která souvisela s politicky či ideologicky motivovanými událostmi nebo životem sovětských, případně ruských osobností. Připomínáno je například čtyřicetileté výročí založení Pionýrské organizace Ernsta Thälmana v Německé demokratické republice nebo sto let od narození sovětského leteckého konstruktéra A. N. Tupoleva.

Rovněž v Mateřídoušce, určené mladším školákům, je průnik komunistické ideologie evidentní, a to v každém z popisovaných vydání. V roce 1988 například vycházel v rámci rubriky „Mateřídouška“ seriál věnovaný 40. výročí založení Pionýrské organizace.

Úvodní díl vyšel v čísle 1/1988 a obsahoval mj. následující text: *„Mateřídouška vítá vás všechny, zkušené školáky, i vás z prvních ročníků. Přeje vám dobrý školní pionýrský i jiskerský rok. A nebude jen tak obyčejný: 24. dubna 1989 oslavíme již 40. výročí založení naší Pionýrské organizace. Jejimi členy jste i vy, jiskry, a brzy se stanou členy pionýrské rodiny i prvňáčkové. A protože jste členy pionýrské rodiny, je třeba, abyste věděli, co se v rodině připravuje a mohli se podle svých sil na společném díle podílet. Pionýři si budou zakládat kroniky 40. výročí Pionýrské organizace, ve kterých budou různé doklady, fotografie a památky na počátky naší práce. Třeba váš dědeček byl již pionýrem a má doma drobnosti z činnosti svého pionýrského oddílu. Vypůjčte si je, ukažte ostatním, jistě je to bude zajímat.*“ Text se snaží malému čtenáři vsugerovat, že členství v Pionýrské organizaci je něčím naprosto samozřejmým a de facto nepřipouští možnost, že by nebyl „jiskrou“ či „pionýrem“.

Rubrika dále obsahuje informace o dobově významných událostech, jako byl například XIII. světový festival mládeže a studentstva v Korejské lidově demokratické republice, a připomíná době poplatná data – např. narození Klementa Gottwalda, Ludvíka Svobody či státní svátek Socialistické federativní republiky Jugoslávie.

Průnik komunistické propagandy je oproti časopisům pro malé děti citelnější v ABC mladých techniků a přírodovědců, které bylo zaměřeno na čtenáře ve věku od 9 do 14 let. Zvláště časté jsou zde odkazy na přírodní bohatství a technické či hospodářské úspěchy zemí východního bloku, zejména Sovětského svazu.

Například v 5. vydání z roku 1988 je Sovětský svaz zmíněn ve všech čtyřech člancích rubriky „Kdy? Kde? Kdo? Co? Jak? Který? Proč?“, která se obvykle nachází na třetí straně

časopisu a má být jakýmsi kaleidoskopem přírodních, historických či architektonických zajímavostí ze světa. V ostatních popisovaných číslech je skladba článků v této rubrice obdobná, byť SSSR již nebývá zmiňován v takovém rozsahu. Rubrika „Kolem světa“, jež má své místo na předposlední straně, popisuje pravidelně i technické zajímavosti či novinky ze „západního světa“, avšak například v čísle 6/1988 jí opět jednoznačně vévodí zprávy ze Sovětského svazu – tvoří čtyři články z pěti.

Odkaz na příslušnost k sovětskému mocenskému bloku lze místy nalézt i v těch částech časopisu, které se věnují oblastem s politickým či ideologickým diskurzem zdánlivě naprosto nesouvisejícím – například fauně nebo flóře –, v nichž navíc schází potenciál pro oslavu „úspěchů budovatelského úsilí“. Příkladem je rubrika „Atlas ABC“, pojednávající v čísle 5/1988 o ohrožených druzích ptáků žijících na území SSSR.

Napříč všemi popisovanými vydáními ABC je běžný výskyt témat, jejichž základem je činnost dětí a mladých lidí v rámci PO SSM. V obsahové struktuře časopisu má organizace mimo to své pevné místo, a to v rubrice „Pionýrský kompas“. V každém z popisovaných čísel je možno nalézt „reportáže“ z pionýrských táborů či domů pionýrů a mládeže, jako je např. text „Tábor v Bukovanské zátocě“ (č. 5/1988) nebo „DPM budoucnosti aneb Sen pionýrských pracovníků“ (č. 6/1988).

Nosným tématem čísla 4/1988 bylo 70. výročí vzniku samostatného československého státu. Text publikovaný k tomuto jubileu nese titulky „Symbol vlastenectví, svobody a míru“ a pojednává o Národním památníku na Žižkově. Ačkoliv má dvoustránkový článek zaujmout čtenáře unikátními technickými parametry památníku a připomenout některé historické skutečnosti, v celém textu je zjevná propagandistická intence, která je odkryta v závěrečných formulacích: *„Významné zahraniční delegace, zástupci ústředních orgánů Národní fronty, protifašističtí bojovníci, ale i mnoho zahraničních návštěvníků, zejména ze Sovětského svazu, se přicházejí poklonit památce těch, kteří položili životy za naši svobodu. Přicházejí s přesvědčením že válka se již nesmí opakovat. A protože každý národ může být svoboděn jen v míru, je Národní památník na Žižkově nejen symbolem revolučních a pokrokových tradic našich národů, ale i symbolem boje proti válce a násilí.“*

Rovněž v obsahu časopisu VTM je místy přítomen akcent „úspěchu vědeckotechnického pokroku socialistického tábora“, nicméně celkový rozsah takto zaměřeného textu lze považovat za poměrně marginální (viz dále). V rubrice „Kalendárium“ na straně 4, kde by se dal předpokládat zvýšený výskyt průniku ideologie a propagandy, se politicky motivované připomínky výročí objevují spíše sporadicky. Stejně tak mezi krátkými zprávami o technických novinkách či vědeckých objevech (obvykle na stranách 14 – 15) je ve všech

popisovaných vydáních VTM zastoupení informací o socialistických úspěších menšinové oproti zprávám ze západních zemí či např. Japonska.

Většina textů v časopise má věcný, často odborný obsah a je od komunistické ideologie a propagandy oproštěna. Články s politickým podtextem se v menší míře objevují v rubrikách věnovaných středoškolské odborné činnosti (SOČ) nebo vědecko-výzkumné základně (VVZ), jako je například text „Ústav pro životní prostředí a využívání přírodních zdrojů“, publikovaný v čísle 8/1988.

Texty s explicitní aktivizační intencí jsou spíše výjimečné. Za všechny lze uvést článek převzatý ze sovětského periodika Litěraturnaja gazeta, pod titulkem „Opsáno odjinud“, publikovaný v 6. čísle VTM z roku 1988: *„Kterým směrem dále rozvíjet společenskou samosprávu? Co přináší zákon SSSR o státním podniku, který vstoupil v platnost prvního ledna roku 1988, pro to, aby samospráva nebyla formální? Především to, že pracovní kolektiv se začíná opírat o reálnou půdu nového hospodářského mechanismu, jehož jádro tvoří chozraščot. A opravdový chozraščot znamená, že podnik, provoz a pracovní kolektiv (brigáda) samostatně rozhodují, jak budou organizovat svoji práci a rozdělovat vydělané peníze, jaké musí být složení kolektivu, koho přijmout do zaměstnání a s kým se rozloučit.“*

Článek mimo jiné reflektuje výše zmíněný proces politických a společenských změn v Sovětském svazu, stejně jako nutnost reagovat na aktuální hospodářskou situaci země: *„Mnoho hovoříme o tvořivosti mas. Necht' tedy skutečně tvoří, utvářejí samy sebe i hospodářství. Starými přinucovacími metodami a hesly toho příliš nedosáhneme. Nastal čas, kdy musíme uvádět do pohybu skutečné nástroje – demokratizaci řízení výroby a nesmlouvavé ekonomické zákony.“*

Větší míru průniku ideologie a propagandy v rámci všech sledovaných periodik lze zaznamenat v časopise Sednička pionýrů. Titul byl určen dětem staršího školního věku, u nichž se předpokládalo členství v PO SSM (což je zřejmé již z jeho názvu). Časopis nebyl zaměřen na konkrétní zájmovou oblast, přinášel spíše povšechné informace, s cílem oslovit mladé čtenáře a do jisté míry usměrňovat jejich vývoj.

Obsahovou náplň tvořily často texty o „příkladném“ životě vrstevníků („Zámecké běhání“ v č. 12/1988), ale zároveň také témata, která měla být pro dospívajícího čtenáře jistým lákadlem, ať již šlo o dívčí módu v rubrice „Klub odívání mladých“ nebo články o interpretech populární hudby („Bude vás zajímat?“).

Prvky ideologie a propagandy se ve všech popisovaných číslech Sedmičky vyskytovaly v rubrice „Kalendář“, a to v každém vydání nejméně ve dvou připomínaných datech. Připomínány byly i takové skutečnosti, jako například výročí podpisu protokolu o dalším

prodloužení platnosti smlouvy o přátelství, vzájemné pomoci a poválečné spolupráci mezi Československem a Sovětským svazem.

Pevnou součástí obsahové struktury Sedmičky byla rubrika „Pionýrská zpravodajská agentura“, nacházející se rovněž na straně 2. Obsahovala evidentně ideologicky motivované příspěvky zástupců pionýrských oddílů, referující o „vzorné“ práci s mládeží v těchto oddílech nebo připomínající historii, principy či symboly PO SSM.

Ačkoliv u většiny příspěvků bylo uvedeno celé jméno autora či název autorského pionýrského oddílu, některé byly podepsány neúplně a jejich autentičnost je možné zpochybnit také na základě jejich obsahu. Například „Květa R. z Plzně“ se ptá, „co patří do symbolů PO SSM“. Odpověď redakce zní: „*Pionýrské prapory (oddílové, skupinové, okresní, krajské a republikové, nejvyšším symbolem je Rudý prapor Pionýrské organizace SSM, věnovaný Ústředním výborem KSČ), pionýrský šátek, znak PO SSM (jiskry mají vlastní znak), pionýrský pozdrav (zdraví se zdvižením pravé ruky s nataženými a semknutými prsty nad úroveň čela) a pionýrské heslo (výzva: K budování a obraně socialistické vlasti bud' připraven! Odezva: Vždy připraven!).*“

Rovněž v obsahu Sedmičky pionýrů jsou přítomny texty o úspěších hospodářství Sovětského svazu a dalších zemí RVHP (článek o nových automobilech Lada Samara a Moskvič Aleko, č. 12/1988) a odkaz na SSSR se objevuje i v dalších souvislostech, viz. např. seriál „Moře jako z pohádky“ o zajímavostech moří a oceánů omývajících břehy Sovětského svazu.

Jasný ideologický základ má již citovaný článek „Sašo, kluku od soustruhu“, který potvrzuje, že mocí pouhého slova dokáže propaganda vytvořit „hrdinství“ i z „každodenní poctivé práce“.⁵⁰

Na druhou stranu lze v Sedmičce pionýrů nalézt příklady již zmíněného společenského uvolnění, které nastalo ve druhé polovině 80. let 20. století. Zde je možné pro ilustraci citovat z článku „Irina, dívka v uniformě“, publikovaného v čísle 11/1988. „*Vás to vzrušuje, Irino, to jsem poznal. Vždyť proč byste potom tak útočili na redaktorku Pionýrské pravdy, s níž jsme u vás byli na návštěvě? Aha? Vzpomínáš? Proč prý netiskne něco víc o Náhorním Karabachu. Nebo o stalinských represích. Slyšela jsi sama. Pionýrská pravda by o tom ráda psala, ale zatím nenašla publicisty, kteří by to uměli sdělit dětem*“. Podobné projevy otevřenosti k historické či soudobé realitě však byly spíše sporadickým jevem.

⁵⁰ FIDELIUS, P., Řeč komunistické moci, Triáda, vydání 1., Praha 2002, s. 160.

5.3. Časopisy pro děti a mládež v kontextu společenské a politické situace na konci první dekády 21. století

Transformace, kterou prošla česká společnost v uplynulých dvaceti letech, přinesla do oblasti masmédií dvě zásadní skutečnosti: svobodu projevu a existenci tržního prostředí. Obě se promítly také v segmentu časopisů pro děti a mládež. Od počátku 90. let 20. století byly stále výrazněji ovlivňovány ekonomickou logikou (maximalizace zisku a minimalizace nákladů), a docházelo tak ke komercionalizaci jejich obsahu.

Samotnou existenci, ale také podobu a obsah časopisů ve stále větší míře ovlivňuje marketing. Objem finančních prostředků získaných z reklamy je pro vydavatele rozhodujícím faktorem, a zákonitě tak dochází k výraznému průniku marketingových aktivit do obsahu časopisů.

Tyto aktivity přitom nemají podobu pouze plošné inzerce na tzv. inzertních stranách. Jedná se o různé formy podpory prodeje, které mají zaujmout čtenáře – potenciální příjemce propagovaných produktů nebo služeb – prostřednictvím soutěží, recenzí, redakčních testů, obálek i autorských článků v časopisech (viz dále).

Provázanost inzertních a redakčních obsahů časopisů je velice zřejmá. Marketingová a autorská složka jsou neoddělitelné a jakákoliv analýza jedné či druhé musí nutně zahrnovat všechny souvislosti a vzájemnou vazbu. Produkty na inzertních stranách jsou znovu více či méně skrytě zobrazovány či verbálně propagovány na stranách s redakčními texty (tzv. produkt placement, tedy umístování výrobku do středu pozornosti diváka/čtenáře, je obvyklý zdroj financí zejména v dnešní kinematografii), případně jsou spojovány s určitými kvalitami, jichž by ideální čtenář měl dosahovat. Inzerenti dobře vědí, že kupní síla české mládeže roste spolu s reálnou mzdou jejich rodičů, a nevynechávají jedinou příležitost, jak čtenáře donutit ke konzumaci právě svého výrobku.⁵¹

V logice „marketingového myšlení“ se média podbízejí čtenáři prakticky vším a svým charakterem jsou stále více podřízena tomu, aby byla tržně úspěšná. Pro současná česká média včetně časopisů pro děti a mládež je tak příznačná vysoká míra komodifikace a komercionalizace. Tuzemská média vstoupila do tohoto prostředí komodifikace své existence a komercionalizace svých obsahů ve značně oslabené pozici. Povědomí o trendech ve vývoji médií bylo v českém prostředí minimální, proto se česká média komodifikovala a komercionalizovala rychleji a hlouběji než ve společnostech, kde byly tradiční

⁵¹ KADLECOVÁ, K., *Dívky a girls podle českých dívčích časopisů*, Bor, Liberec 2007, s. 14.

liberálnědemokratické nároky na média hlouběji zažité. Výsledkem je, že česká média se stala téměř jakousi laboratoří komercializace.⁵²

Uvedené skutečnosti se odrážejí na rostoucím využití obrazové složky v obsahu časopisů pro děti a mládež, zkracování a obsahovém zjednodušování textů, preferenci „triviálních“, zábavných témat či informací souvisejících se základními funkcemi lidské psychiky, jako je pud sebezáchovy nebo rozmnožování. Prvky násilí najdeme zcela běžně v obsahu ABC – časopisu generace 21. století, texty se sexuální tematikou jsou zase obvyklé např. v magazínu Bravo.

Dalším faktorem, který ovlivňuje vývoj časopisů pro děti a mládež a dnes tvoří jeden z pilířů jejich obsahové struktury, je rychlý technologický pokrok. Současná mládež je historicky prvním subjektem i objektem nového fenoménu – digitalizace a medializace životního pole s důsledky pro životní styl a osobnost.⁵³

Zejména náctileté děti jsou také prostřednictvím časopisů vystaveny silnému vlivu počítačových her. Nejde přitom pouze o specializované časopisy, jako je například Score či Level, tematika počítačových her tvoří značnou část obsahu dalších, obecněji zaměřených magazínů pro děti a mládež. Z popisovaných titulů je to především ABC. V čísle 8/2008 ABC – časopisu generace 21. století se vyskytuje na jedné šestině z celkových 60 stran (na 7 stranách v redakčním textu, na 3 stranách v inzerci) a například v čísle 21/2008 je zastoupení počítačových her v obsahu časopisu ještě výraznější, trojnásobné – téma počítačových her se zde objevuje na celkem 18 stranách (čtrnáct redakčních a čtyřech inzertních).

O vlivu digitalizace na děti, tentokrát na školáky prvního stupně základních škol, svědčí rovněž značná oblíbenost počítačově vytvářených filmů. Ty proto mají významné místo mezi tématy časopisu Mateřídouška. Za ilustrativní může být považována skutečnost, že z celkových dvanácti čísel, vydaných v roce 2008, byl v pěti vydáních hlavním motivem obálky časopisu obrázek z digitálně animovaného filmu pro děti. Ve všech případech šlo o produkty hollywoodské provenience, konkrétně o snímky „Lovecká sezóna 2“, „Madagaskar 2“, „Kung-fu Panda“, „Vall.I“ a „Horton“. Zde není od věci podotknout, že v roce 2009 byl film s digitálně vytvořenými záběry hlavním tématem titulní strany Mateřídoušky v devíti z celkových dvanácti vydání.

Právě filmy, počítačové hry a další multimediální produkty na stranách časopisů pro děti a mládež jsou často předmětem marketingového působení prodejců, resp. distributorů těchto

⁵² Kolektiv autorů, 10. let v českých médiích, Portál, vydání 1., Praha 2005, s. 20.

⁵³ Tamtéž, s. 102.

produktů. Průnik marketingu v takových případech obvykle nemá podobu přímé, plošné inzerce, ale například tematického diskurzu (viz dále).

Pro čtenáře dětských časopisů je tak prakticky neidentifikovatelné, co je reklamou, a co nikoliv. S výjimkou Sluníčka, určeného nejmenším, odpovídá tematická skladba popisovaných titulů pro děti a mládež trendům, které generují značný reklamní potenciál. Z hlediska marketingu a PR výrobců, prodejců a distributorů propagovaných produktů pak tyto časopisy představují velmi atraktivní a „plodné“ pole působnosti.

Děti a mládež jsou přitom snadno zneužitelnou skupinou spotřebitelů, což je dáno jejich věkem a malými životními zkušenostmi oproti dospělé populaci. Z tohoto důvodu nejsou děti a mládež dostatečně odolné proti negativnímu působení reklamy a stávají se snadným reklamním cílem.⁵⁴ Jelikož je mladá generace nejsenzitivnější složkou společnosti, nejcitlivěji zároveň reaguje na nové fenomény ve společnosti a stává se generačním subjektem nových vývojových trendů.⁵⁵

Vzhledem k obecnému úpadku schopnosti a vůle číst knihy se příležitostní čtenáři a čtenářky obracejí právě k četbě periodik, a to zejména časopisů. Ty jsou schopny, hlavně u mladších čtenářů, spoluvytvářet realitu, v níž daný čtenář žije, ovlivňovat nejen jeho způsob oblékání, mluvy, chování a jiné vnějškové projevy osobnosti, ale do určité, obtížně prokazatelné míry i přemýšlení – a to prostřednictvím působení přirozeného jazyka jakožto dominantního kódu, ale i na základě spoluúčasti obrazové složky časopisu, která mnohdy zaujímá téměř polovinu celkové plochy magazínu. Přejímáme zde koncept agenda setting.⁵⁶

5.4. Průnik reklamy a marketingu do časopisů pro děti a mládež na konci první dekády 21. století

Míra zastoupení reklamy a marketingu v obsazích současných magazínů je opět závislá na zaměření konkrétního titulu na určitou věkovou či zájmovou skupinu čtenářů. Závislost na inzerci je patrná již v časopise pro nejmenší Sluníčko, byť v tomto případě je průnik reklamy, v porovnání s ostatními popisovanými tituly, poněkud omezený.

Umístění inzerce, stejně jako zaměření propagovaných produktů, ve Sluníčku do určité míry respektuje určení časopisu pro děti v předškolním a nejmladším školním věku, u nichž je

⁵⁴ NOVÁKOVÁ, E., JANDOVÁ, V., Reklama a její regulace, Linde, vydání 1., Praha 2006, s. 64.

⁵⁵ Kolektiv autorů, 10. let v českých médiích, Portál, vydání 1., Praha 2005, s. 107.

⁵⁶ KADLECOVÁ, K., Dívky a girls podle českých dívčích časopisů, Bor, Liberec 2007, s. 18.

schopnost rozlišit komerční obsahy od ostatních ze všech čtenářských kategorií nejméně rozvinutá (viz dále).

Přesto však nelze hovořit o tom, že v případě Sluníčka je situace nějak výrazně odlišná od ostatních popisovaných titulů. Časopis „vyplňuje“ konkrétní segment časopiseckého a inzertního trhu, který je z velké části ovládán mateřskou vydavatelskou společností – Mladou frontou, a.s.

Tím je také určena tematická skladba obsahu časopisu a zaměření inzerovaných produktů. V čísle 11/2008 to byla na str. 2 společenská hra „Pat a Mat“, na str. 13 rodinné zábavní centrum „Beckiland“, na str. 15 mléčný potravinářský výrobek „Pribináček“, na str. 19 časopisy Mateřídouška a Sunny English, na str. 21 publikace „Pohádková zahrádka“ a „Prázdniny v nebi“, společenská hra „Umí prase létat?“, na str. 25 bonbony „Jojo“, „Magická kolekce PC her Disney“, na str. 29 mléčný potravinářský produkt „Tvaroháček“, na str. 31 hračky „Playskool“ a série PC her „Svět Barbie“, na str. 35 dětská hra „Bořek stavitel“, na str. 39 pokrm „Happy Meal“ od řetězce McDonald's, na str. 41 rozhlasová stanice Český rozhlas 2 Praha, na str. 42 nabídka časopisů vydavatelství Mladá fronta, na str. 43 internetový obchod s hračkami Rumburak.cz, na str. 44 „vláčkodráha Thomas&Friends“. Všechny uvedené inzeráty byly na okraji označeny heslem „inzerce“, tištěným drobným písmem.

Celkem se tedy označená inzerce v uvedeném čísle Sluníčka vyskytovala na 14 stranách, navíc byl v časopise volně vložený leták „Dětský knižní klub Walta Disneye“. U většiny inzerátů bylo již s ohledem na výrazně odlišné grafické zpracování evidentní, že jde o inzeráty.

Výjimku představoval inzerát na „Pribináček“, který měl podobu komiksu s příběhem stejnojmenného kocoura a vizuálně se nikterak neodlišoval od ostatních kreslených příběhů publikovaných v časopise. Druhou výjimkou byl inzerát na dětskou hru „Bořek stavitel“. Měl formu vystřihovánky a omalovánky stejnojmenné postavičky a byl doplněn čtenářskou soutěží o puzzle a magnetky s motivy této hry. Přestože byla i tato strana označena heslem „inzerce“, jako zavádějící mohla působit skutečnost, že adresátem správně vyhotovených výstřížků nebyl výrobce nebo prodejce hry, ale redakce Sluníčka, resp. vydavatelství Mladá fronta.

V ostatních popisovaných číslech Sluníčka byly objem a zaměření inzerce podobné. Označená inzerce v jednotlivých číslech představovala zhruba čtvrtinový, někdy však i větší podíl z celkového obsahu časopisu. V prázdninovém čísle 8/2008 tvořila inzerce 11 z celkových 44 stran, v čísle 9/2008 to bylo 15 stran ze stejného celkového počtu.

S ohledem na zaměření této práce je žádoucí pozastavit se nad dalšími způsoby průniku marketingu do obsahu časopisu. Typickým příkladem podpory prodeje časopisu Sluníčko je (kromě přiloženého CD disku s pohádkou) celostránková čtenářská soutěž nazvaná „Soutěžení s Lízou“. Každá z cen (šlo obvykle o knihy, datové nosiče nebo stolní hry) byla navíc doplněna odkazem na internetové stránky producenta nebo prodejce dané ceny, což je možné považovat za znak tzv. product placement. Jiným způsobem podpory prodeje byla výzva k předplatnému, kdy byl každému novému předplatiteli, po uhrazení celoročního předplatného, slíben dárek v podobě knihy s magnetkami.

Do jisté míry odlišný přístup k inzerci lze vysledovat v případě časopisu Mateřídouška, určeného pro děti ve věku mezi sedmi a dvanácti lety. Zde se již dá hovořit o poněkud „agresivnějším“ způsobu oslovení čtenářů inzercí, ať již jde o obsahovou náplň, rozsah i formu zveřejnění inzerce.

V popisovaném čísle 7/2008 bylo heslem „inzerce“ označeno pouze sedm inzerátů. Konkrétně šlo o inzeráty na předměty s motivem premiérového snímku „Kung-fu Panda“ na str. 2, golfový areál na str. 14, školní batohy „Sunce“ na str. 31, hudební pořady pro děti „Vanda a Standa“ na str. 35, nabídku titulů vydavatelství Mladá fronta na str. 46, pokrm „Happy Meal“ od řetězce McDonald's na str. 47 a želatinové bonbony „Haribo“ na poslední straně obálky.

Další propagace produktů nebo služeb označení postrádala, je však zcela zřejmé, že se jednalo rovněž o komerční aktivity. Měly formu soutěže o počítačovou hru „Letopisy Narnie“ na str. 11, soutěže o stolní hry „Alexander“ na str. 15, „Velké letní soutěže s Kung-fu Panda“ s uvedením adres internetových stránek sponzorských firem na str. 22 – 23, komiksu v angličtině „Adventures of Emil the Pigeon (presented by The Bell School)“ se soutěží s The Bell School na str. 24, vystřihovánky s motivem filmu „Kung-fu Panda“ na str. 25, tematické strany s názvem „Prázdninové pochoutky“ (nápoj z želatinových medvídků „Haribo“ a sušenky „Emco“ – opět product placement) na str. 27, upoutávky na knihu „Detektivem na dně moře“ s uvedením ceny a prodejce publikace na str. 27, dvoustránkové ukázky z této knihy na str. 28 a 29, anonce na premiéru filmu „Letopisy Narnie – princ Kaspian“ na str. 35, inzerátů na časopisy Sluníčko a Sunny English na str. 41 a 43, čtenářské soutěže o jízdní kolo „Author“ na str. 44 nebo informace o zvýhodněném předplatném Mateřídoušky na str. 45, s možností získat zdarma ledvinku.

Opomenout nelze rovněž samotnou titulní stranu časopisu s vyobrazením hlavního hrdiny animovaného snímku „Kung-fu Panda“, jenž měl v době vydání časopisu premiéru a který je

v obsahu zmíněn několikrát. Hlavní motiv snímku je také základem redakčního článku s titulkem „Bambusví jedlíci“ na str. 21 – 22.

Průnik inzertních a marketingových aktivit do obsahu časopisu Mateřídouška (číslo 7/2008) lze zaznamenat na 22 stranách z celkových 48. Obdobně je tomu v ostatních popisovaných číslech, kdy obsah tří z pěti popisovaných vydání je zčásti tematicky vázán k premiéře animovaného filmu (viz výše).

Míra vlivu reklamy a marketingu na obsahovou strukturu je v případě Mateřídoušky srovnatelná s ABC – časopisem generace 21. století. Každý titul přitom vydává jiná vydavatelská společnost: Mateřídoušku tuzemská Mladá fronta, kdežto u ABC je to Ringier ČR, který je součástí švýcarsko-německé vydavatelské skupiny Ringier Axel Springer Media AG.⁵⁷

V popisovaném čísle 16 časopisu ABC byl heslem „inzerce“ (drobným písmem na okraji strany) označen pouze jeden inzerát, a to na služby společnosti Vodafone, publikovaný na straně 11. Ostatní inzerce označení postrádala. Jednalo se o inzeráty na premiéru snímku „Vall.I“ na str. 2, příští vydání ABC s dárkem na motivy filmu „Vall.I“ na str. 3, hry na mobilní telefony „Gameloft“ na str. 14, stavebnice a počítačové hry „Lego“ na str. 47, předplatné s možností získání dárku – značkovou peněženkou a páskem – na str. 57, edici „PC her ABC“ na str. 59 a hry na mobilní telefon „Game Terminal“ na str. 60.

Komerční základ mají rovněž dvě čtenářské soutěže. Na stranách 48 a 49 je to „Soutěž se Scouttym“, která poutá na festival elektronické hudby „Mad Urban“, a na straně 56 křížovka s logem výrobce trendového oblečení Vehicle.

Nezanedbatelnou část obsahu čísla 16 tvoří tematický diskurz o původně komiksovém, později filmovém hrdinovi Batmanovi, přičemž předmětné číslo ABC bylo publikováno v době české premiéry filmu „Batman – Temný rytíř“.

Z této skutečnosti a také z praxe běžné v ostatních časopisových titulech (nejen pro děti a mládež) lze vyvodit, že i v tomto případě se jedná o formu marketingové podpory prodeje snímku, kdy pojednání o Batmanovi cílí na věkovou kategorii čtenářů ABC. Hlavní hrdina filmu je dominantním motivem titulní strany vydání, je mu věnováno osmistránkové tematické pojednání „Temný rytíř – legenda o netopýřím muži“ na stranách 27 až 34 a tematicky jsou s ním spjaty také dvě čtenářské hry na str. 50 a 51.

Inzerci, prvky komercializace a marketingu tak lze v čísle 16 dohledat na 22 stranách z celkových 60. Předmětem diskuse na tomto poli pak mohou být další prvky obsahu časopisu

⁵⁷ Internetové stránky vydavatelství Ringier, [online]. [Převzato 2. května 2010]. Dostupné z WWW <<http://www.ringier.cz/kategorie/1120/kdo-jsme>>.

ABC, ať již jde o tipy na technologicky vyspělé mobilní telefony a další elektroniku nebo recenze počítačových her.

Časopis Bravo se svým obsahovým zaměřením oproti třem předchozím zkoumaným titulům výrazně liší. Je poměrně úzce zaměřen na showbusiness, což však neznamená, že poskytuje z tematického hlediska méně prostoru pro komerční prezentaci zboží a služeb. Naopak, představuje atraktivní titul pro velmi širokou vrstvu mladých lidí (dá se do jisté míry považovat za časopis tzv. lifestylový), a tím také pro potenciální inzerenty.

V Bravu jsou důsledně heslem „inzerce“ označeny ty inzeráty, jejichž plocha nepokrývá celou stranu. V čísle 19/2008 je to inzerát na služby mobilního operátora O2 na str. 5, počítačovou hru „Spore“ na str. 11, pěveckou soutěž „Český slavík Mattoni“ na str. 29, nabídku distributora filmů na DVD „Vapet“ na str. 37, přípravek proti akné „Bioaktivní Acno“ na str. 39, astrologické a další SMS služby od společnosti Bauer Media na str. 43 a nákupní centrum Zličín na str. 47. Neoznačené jsou naopak inzeráty zabírající celou plochu strany. V čísle 19/2008 je to celostránková nabídka vyzvánění a obrázků na mobilní telefony od společnosti Bauer Media na str. 2, inzerce výrobce mobilních telefonů Nokia na str. 7, inzerát na časopis Dívka na str. 20 a inzerát na hry a obrázky na mobilní telefony „WapSter.cz“.

Přímá inzerce se v Bravu č. 19/2008 nachází na 11 stranách z celkových 48. Pět inzerátů (stran) přitom tvoří inzerce nabízející produkty nebo služby spojené s používáním mobilních telefonů.

V kontextu komercializace obsahu nelze opomenout krátkou recenzi sci-fi filmu „Star Wars: Klonové války“ na straně 36. Objektivitu pozitivního hodnocení tohoto snímku lze zpochybnit tím, že na stejné straně jako recenze se nachází čtenářská soutěž s názvem „Hraj o 5 Star Wars cen“, přičemž těmito cenami jsou trička, čepice, samolepky, tetování a DVD nosiče od filmové společnosti Warner Bros. Podobně je tomu na straně 37, kde minirecenze filmových novinek na DVD rovněž doprovází soutěž o předměty s motivy recenzovaných titulů. Stránky časopisu Bravo se tímto stávají prostorem pro realizaci podpory prodeje komerčních filmů.

Otázkou je, do jaké míry lze posuzovat také ostatní obsah Brava jako průnik nebo důsledek komercializace a komodifikace. Je totiž zapotřebí vzít v úvahu skutečnost, že množství současných produktů showbusinessu se „zrodilo“ jako marketingový kalkul – například hudební skupiny pro nejširší vrstvu náctiletých posluchačů nebo příznivců jsou obvykle uměle vytvořené „obchodní artikly“ producentů a vydavatelů. Texty a především fotografie zachycující protagonisty např. chlapeckých nebo dívčích hudebních skupin či seriálů pro

teenagery tvoří drtivou většinu obsahové struktury časopisu Bravo, a to ve všech zkoumaných vydáních.

Zcela odlišné obsahové zaměření měl časopis VTM Science. Jak již bylo uvedeno v předchozích kapitolách, tento titul nebyl určen výhradně mládeži, ale zájemcům o vědu a techniku napříč věkovými kategoriemi. Dlužno ovšem dodat, že tématy publikovaných článků se zásadně nelišil od původního časopisu VTM – věda a technika mládeži, přestože již nebyl vydavatelem prezentován jako časopis pro mládež.

Vzhledem k uvedeným skutečnostem by pro účel této práce nemělo podstatný význam uvedení celého výčtu inzerátů publikovaných v konkrétním vydání VTM Science, jelikož děti ani mládež nejsou v tomto případě specifikovanou cílovou skupinou příjemců. Lze však uvést, že obsahu dominovaly informace o technice, především sofistikovaných technologiích, což bylo do jisté míry určující pro inzerenty, jež se často rekrutovali z řad výrobců nebo prodejců techniky.

Například v č. 9/2008 bylo publikováno celkem 38 inzerátů, z nichž sedm propagovalo počítačový hardware a software, čtyři výrobce hodinek a jejich produkty, byly zde inzeráty na digitální fotoaparáty, satelitní přijímače, GPS navigace, ionizátor, psychowalkman a další elektroniku. Inzerce se objevovala na 35 stranách z celkových 100, čili zaujímal zhruba jednu třetinu obsahu vydání.

V kontextu časopisů pro děti a mládež stojí za zaznamenání fakt, že většina inzerátů z celkového počtu v uvedeném vydání VTM Science, konkrétně 32, byla označena heslem „inzerce“. Označení bylo u jednotlivých inzerátů umístěno na dostatečně viditelném místě a nebyly jím doplněny pouze inzeráty propagující časopisy z vydavatelství Mladá fronta nebo výzva k charitativní pomoci prostřednictvím sbírky „DMS Afrika“.

Další způsoby průniku reklamy a marketingu do obsahu časopisu nebyly zaznamenány na žádné z titulních stran popisovaných vydání ani v samotných redakčních textech, čtenářských soutěžích a podobně. Lze tedy konstatovat, že časopis VTM Science je mezi zkoumanými tituly z tohoto hlediska výjimečný.

Uvedené je možné považovat za paradoxní, vezmeme-li v úvahu, že u všech zkoumaných časopisů pro děti a mládež byl podíl označené inzerce podstatně menší. Jak již bylo zmíněno v předchozích kapitolách, právě dětský nebo dospívající čtenář je mediálními obsahy nejnápadněji ovlivnitelný a jeho schopnost rozlišit mezi komerčním a ostatním sdělením je horší než u dospělého čtenáře.

6. Statistická část

6.1. Statistické vyhodnocení míry průniku komunistické ideologie a propagandy do časopisů pro děti a mládež v roce 1988

Předmětem této části práce je kvantifikace a následné statistické vyhodnocení míry průniku propagandy a ideologie do časopisů pro děti a mládež v roce 1988. Kvantifikace spočívá ve vyhledání lexikálních jednotek, jejichž význam je v daném kontextu bezprostředně spjat s komunistickou ideologií nebo nesou prvky propagandy, a následné spočítání jejich četnosti v jednotlivých titulech.⁵⁸ Jde o tyto výrazy a jejich tvary: „brigáda“, „jiskra“, „komunismus“, „pionýr“, „revoluce“, „socialismus“, „sovětský“, „svazák“, dále typické názvy a jména. Při vyhledávání těchto slov však byla nalezena také další, která odpovídala výše uvedené specifikaci, proto jsou u jednotlivých titulů rovněž uvedena a zahrnuta do statistického vyhodnocení a grafického vyjádření.

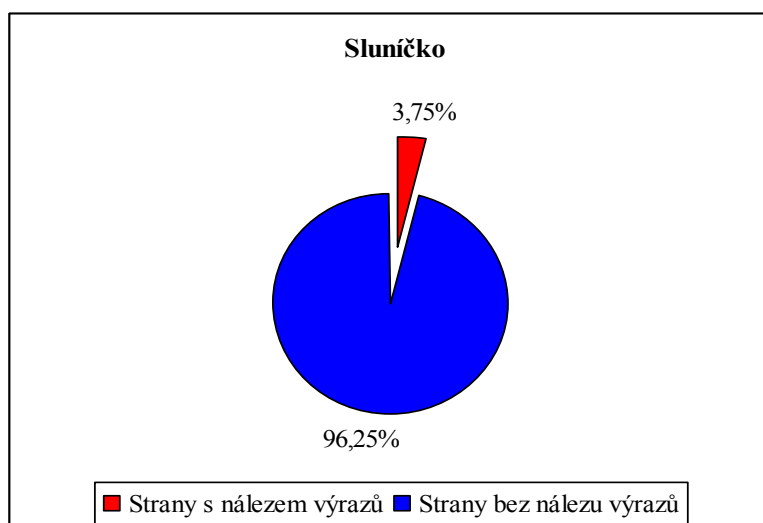
Na tomto místě je třeba uvést, že statistická část zahrnuje zcela zjevné a explicitní projevy komunistické ideologie a propagandy v obsahu zkoumaných časopisů. Možné další projevy, jako je například adorace tématiky práce apod., takto není možné vždy objektivně vyhodnotit. Zároveň je však pravdou, že v textech, které mohou inklinovat k těmto projevům, se hledané výrazy zpravidla vyskytují.

V případě časopisu Sluníčko byl ve zkoumaných číslech 1 – 5/1988 zaznamenán výskyt těchto výrazů a jejich tvarů: „sovětský“ (celkem nalezeno 13x), „socialistický“ (2x), „revoluce“ (2x), „pracující“ (2x), „pionýr“ (1x) a „Lenin“ (1x). V téměř všech zkoumaných číslech se tyto výrazy nacházely pouze na straně 31, v rubrice „Významná výročí a události měsíce“, s výjimkou čísla 2, kde se výraz „socialistický“ objevil v článku „To je tvoje vlast“ na str. 29.

Uvedené výrazy se tedy ve zkoumaných vydáních vyskytují dohromady na 6 stranách, průměrně na 1,2 strany z celkových 32 stran jednoho čísla. Z úhrnných 160 stran (pět vydání) podíl stran se zřejmým průnikem propagandy a ideologizace představuje 3,75 % (viz graf č. 1).

⁵⁸ Do přehledů nejsou zahrnuty tiráže a názvy časopisů.

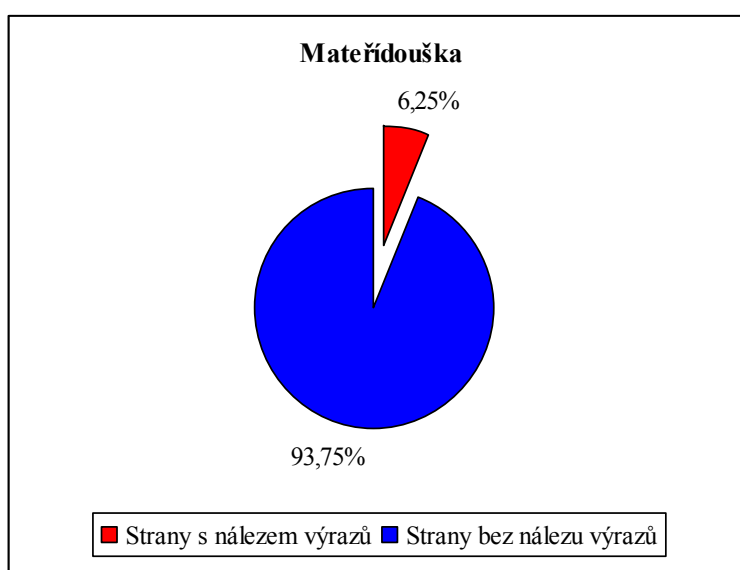
Graf č. 1:



V Mateřídoušce byly ve zkoumaných vydáních 1 – 5/1988 nalezeny tyto výrazy a jejich tvary: „pionýr“ a „pionýrský“ (72x), „jiskra“ (22x), „sovětský“ (13x), „socialistický“ (10x), „Lenin“ (4x), „mír“ (3x), „komunista“ a „komunistický“ (3x), „pětiletka“ (2x), „Gottwald“ (1x), „komsomolec“ (1x), „proletář“ (1x), „revoluce“ (1x) a „svazák“ (1x). Uvedené výrazy se ve všech zkoumaných vydáních vyskytly téměř výhradně na stranách 24 nebo 25, na kterých v období druhé poloviny roku 1988 vycházel seriál ke 40. výročí založení Pionýrské organizace SSM.

Celkově byly tyto lexikální jednotky v pěti vydáních Mateřídoušky zaznamenány na 10 stranách, čili průměrně na 2 z 32 stran každého čísla. V součtu 160 stran zkoumaných vydání to znamená 6,25% podíl stran se zřejmým průnikem propagandy a ideologie (viz graf č. 2).

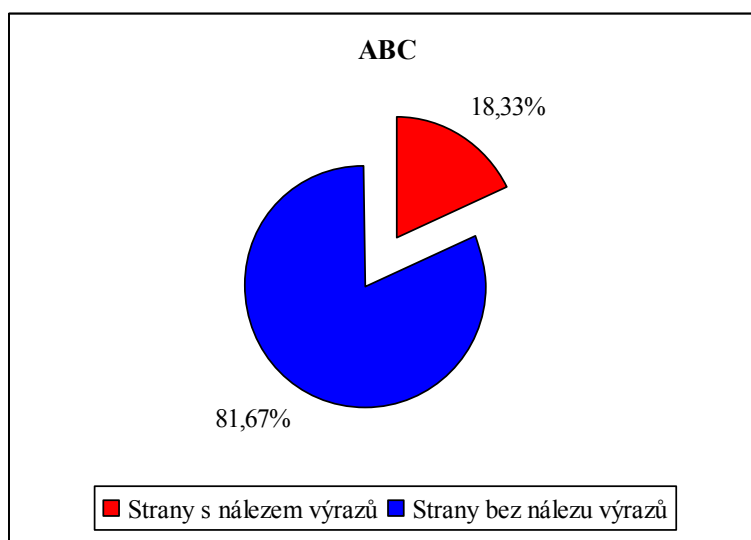
Graf č. 2:



V případě časopisu ABC mladých techniků a přírodovědců byl ve zkoumaných číslech 4 – 8/1988 zaznamenán výskyt těchto výrazů a jejich tvarů: „pionýr“ a „pionýrský“ (68x), „sovětský“ (40x), „dělnický“ (5x), „revoluce“ a „revoluční“ (4x), „socialistický“ (3x), „soudruh“ a „soudružka“ (3x), „brigáda“ a „brigádnický“ (3x), „jiskra“ (2x), „komunistický“ (2x), „mír“ (2x), „bratrský“ (1x), „Gottwald“ (2x), „Lenin“ (1x), „pokrokový“ (1x), „únor“ (1x) a „znárodnění“ (1x). Většina z uvedených lexikálních jednotek byla nalezena v rubrikách „Pionýrský kompas“ na str. 8 a „Pionýrství dopisovatelé hlásí“ na str. 9, na ostatních stranách byla frekvence jejich výskytu nižší.

Zaznamenány byly dohromady na 44 stranách pěti zkoumaných čísel, tedy v průměru na 8,8 strany jednoho čísla s 48 stranami. To znamená, že podíl stran se znaky ideologie a propagandy činil 18,33 % z úhrnných 240 stránek všech pěti vydání (viz graf č. 3).

Graf č. 3:

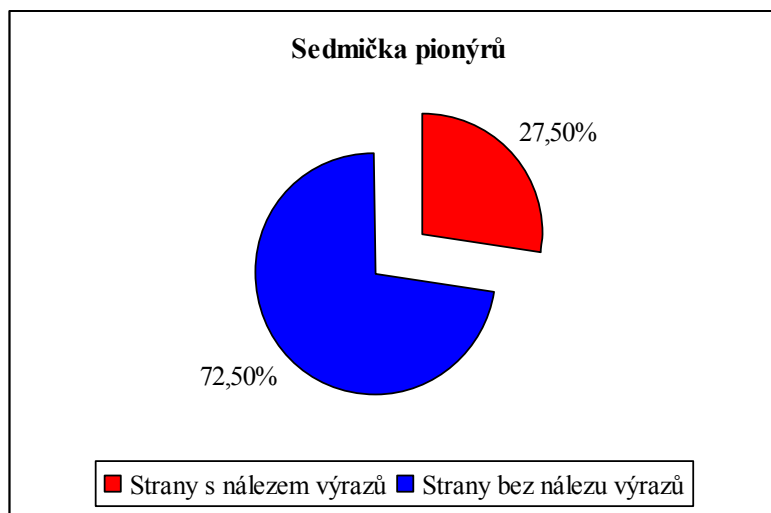


V časopise Sedmička pionýrů byly ve zkoumaných vydáních 10 – 14/1988 nalezeny tyto jednotky: „pionýr“ a „pionýrský“ (celkem nalezeno 61x), „sovětský“ (44x), „socialismus“ a „socialistický“ (9x), „soudružka“ (6x), „brigáda“ (6x), „revoluce“ a „revoluční“ (3x), „imperialismus“ (2x), „pokrokový“ (2x), „komunistický“ (1x), „proletář“ (1x), „kolchoz“ (1x) a „sovchoz“ (1x). Pravidelně se uvedené výrazy vyskytovaly na str. 2 v rámci rubriky „Pionýrská zpravodajská agentura“, na ostatních stranách byl jejich výskyt sporadický.

Uvedené výrazy byly zaznamenány celkově na 22 stranách všech pěti zkoumaných vydání Sedmičky pionýrů, v průměru na 4,4 stranách z 16 stran jednoho čísla. Podíl stran

s ideologickým nebo propagandistickým textem tak činí 27,5 % z úhrnných 80 zkoumaných stránek (viz graf č. 4).

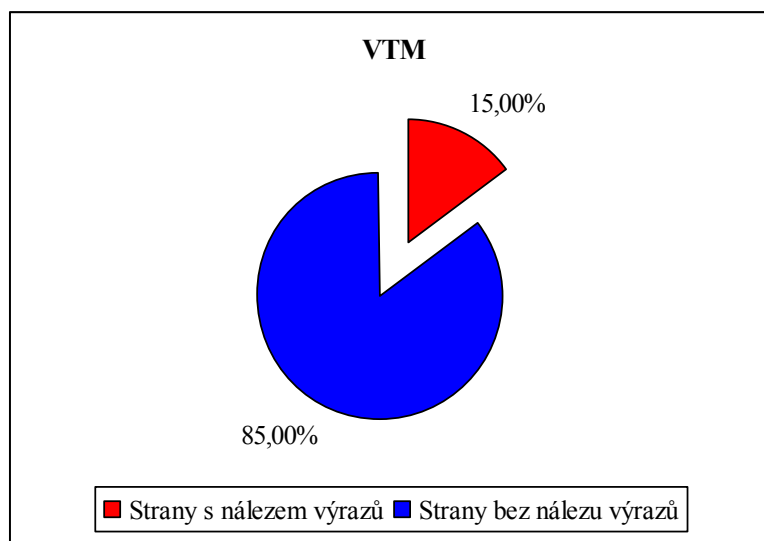
Graf č. 4:



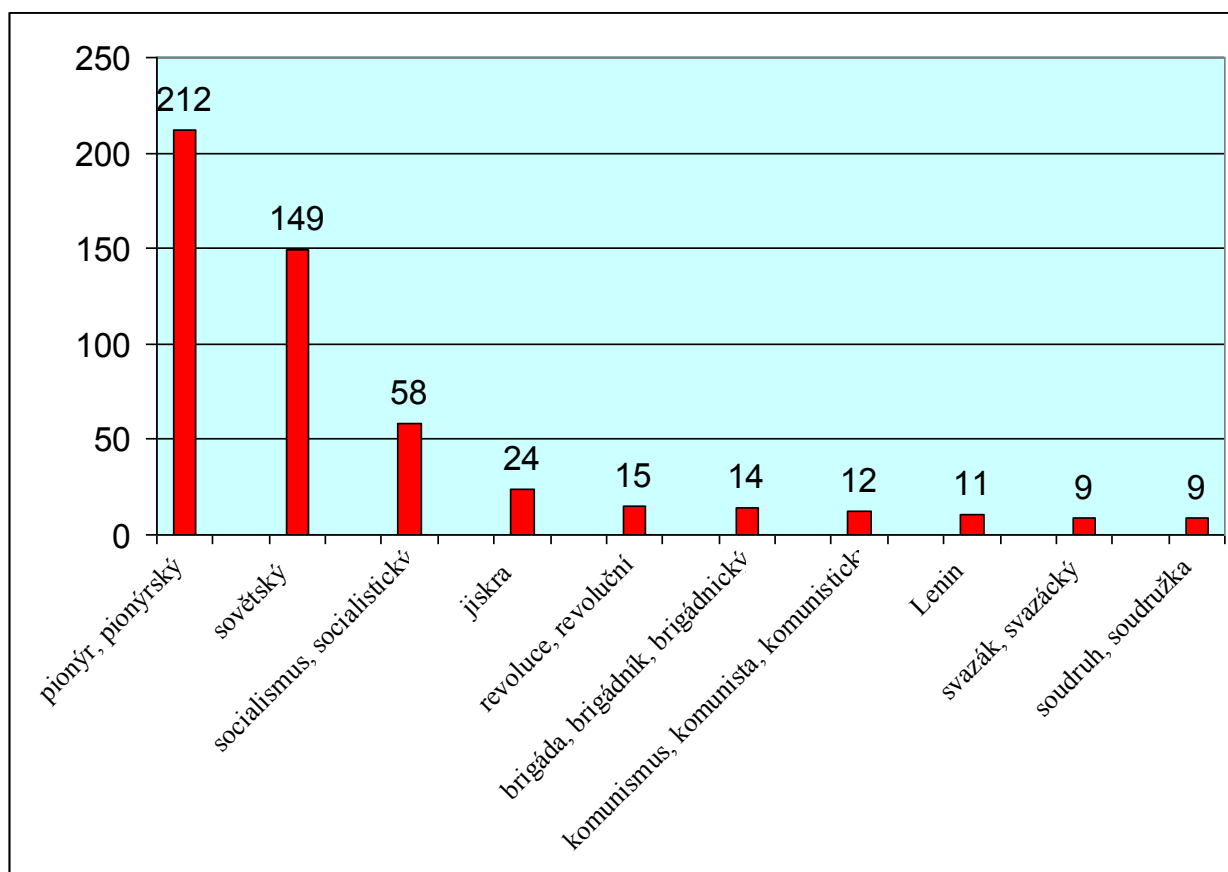
Širší spektrum slov, jejichž význam byl v daném kontextu prokazatelně spjat s komunistickou ideologií nebo nesly znak propagandy, bylo nalezeno v časopise VTM – věda a technika mládeži, číslech 5 – 9/1988. Zde je nutno poznamenat, že VTM je ze zkoumaných titulů nejrozsáhlejší. Konkrétně šlo o následující výrazy a jejich tvary: „sovětský“ (39x), „socialismus“ a „socialistický“ (34x), „pionýr“ a „pionýrský“ (10x), „kapitalismus“ a „kapitalistický“ (9x), „svazák“ a „svazácký“ (8x), „komunismus“ a „komunistický“ (6x), „Gorbačov“ (6x), „brigáda“, „brigádník“ a „brigádnický“ (5x), „Marx“ a „marxistický“ (5x), „Lenin“ (5x), „revoluce“ a „revoluční“ (5x), „kolektivismus“ (4x), „dělník“ a „dělnický“ (4x), „odborový“ (4x), „chozrasčot“ (4x), „pracující“ (2x), „Brežněv“ (1x), „Chruščov“ (1x), „beztřídní“ (1x), „pětiletka“ (1x), „plán“ (1x), „pokrok“ (1x), „sovchoz“ (1x), „stranický“ (1x) a „Stalin“ (1x).

Tyto výrazy byly nalezeny celkově na 48 stranách všech zkoumaných vydání VTM, tedy průměrně na 9,6 stranách jednoho čísla s 64 stranami. Ze všech 320 stran pěti zkoumaných vydání to znamená podíl 15 % (viz graf č. 5).

Graf č. 5:



Graf č. 6 – frekvence výskytu slov spojených s ideologií, propagandou:



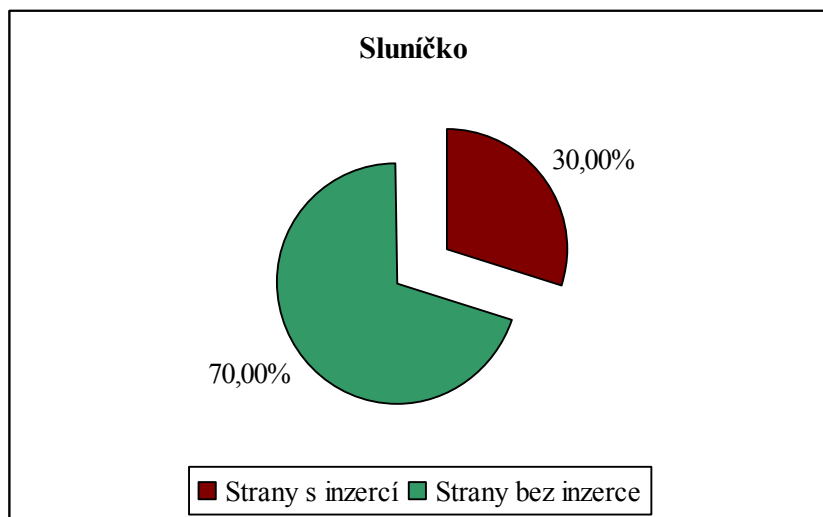
6.2 Statistické vyhodnocení přítomnosti reklamy a marketingu v obsahu časopisů pro děti a mládež v roce 2008

Výrazy reklama a marketing jsou v této kapitole zúženy na pojem inzerce. Důvodem je faktická nemožnost dosáhnout přesného vyjádření zastoupení reklamy a marketingu v širších významech těchto pojmů, jelikož všechny projevy reklamy a marketingu, jak již bylo uvedeno, není možné dostatečným způsobem, s předpokladem získání relevantních a přesných údajů, rozlišit. Objektivně to není možné ani u marketingových praktik jako jsou sponzorované soutěže nebo tzv. selfpromotion. V případě inzerce to díky zřetelné identifikaci zadavatele možné je.

S ohledem na skutečnost, že analytická část byla věnována mj. struktuře inzerce ve všech sledovaných časopisech pro děti a mládež v roce 2008, bude obsahem této kapitoly pouze číselné a grafické vyjádření podílu stran s inzerací v jednotlivých titulech.

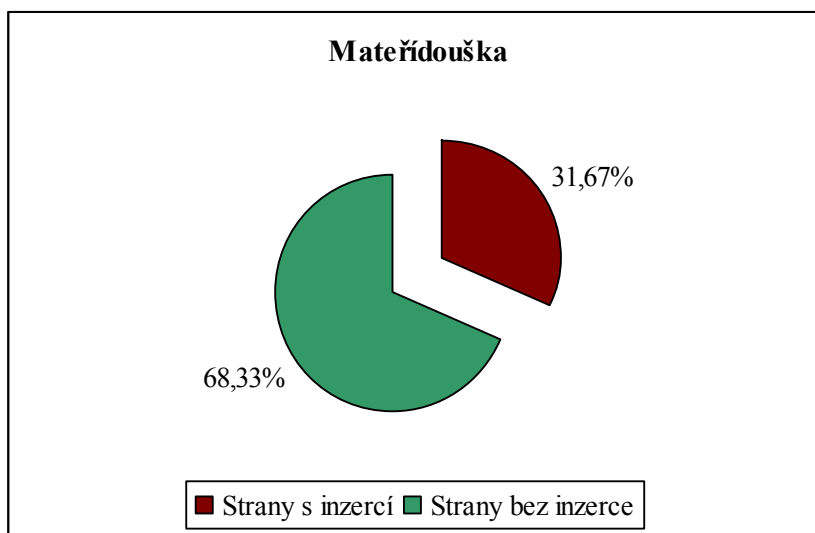
V pěti zkoumaných vydáních časopisu Sluníčko, číslech 8 – 12/2008, se inzerce vyskytovala celkově na 66 stranách, průměrně na 13,2 stranách z 44 stran jednoho čísla. Z úhrnných 220 stran všech vydání tak podíl stran s inzerací činil 30 % (viz graf č. 7).

Graf č. 7:



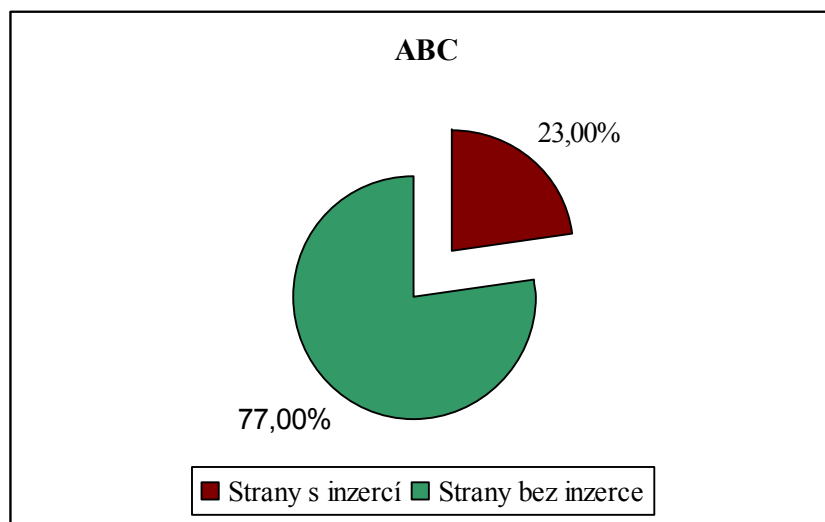
V časopise Mateřídouška se v pěti vydáních z roku 2008 (čísla 7 – 11) inzerce vyskytovala celkem na 76 stranách, průměrně tedy na 15,2 z 48 stran každého čísla. V součtu 240 stran zkoumaných vydání to znamená podíl 31,67 % stran s obsahem placené inzerce (viz graf č. 8).

Graf č. 8:



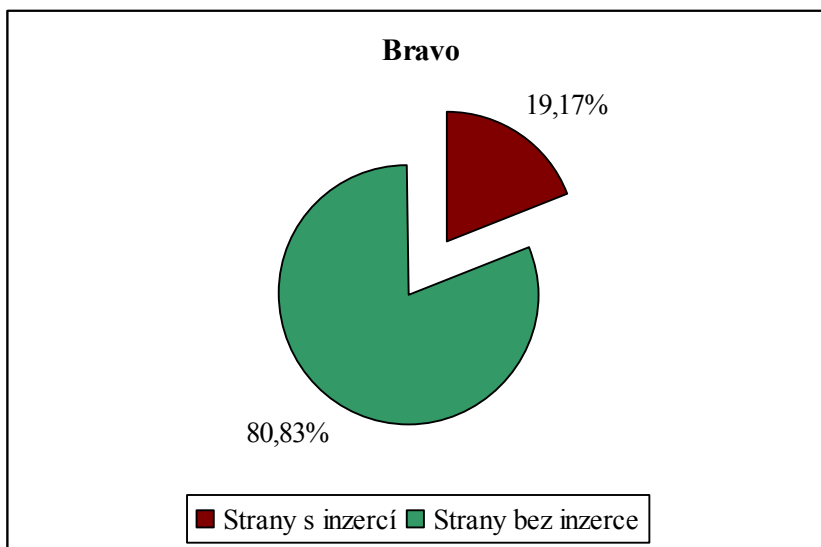
V ABC – časopise generace 21. století, v číslech 17 – 21/2008, byla inzerce zaznamenána celkově na 69 stranách – v jednom čísle s 60 stranami tedy obsah inzertních stran činil průměrně 13,8 stran. Z úhrnných 300 stran pěti zkoumaných čísel se jednalo o podíl 23 % (viz graf č. 9).

Graf č. 9:



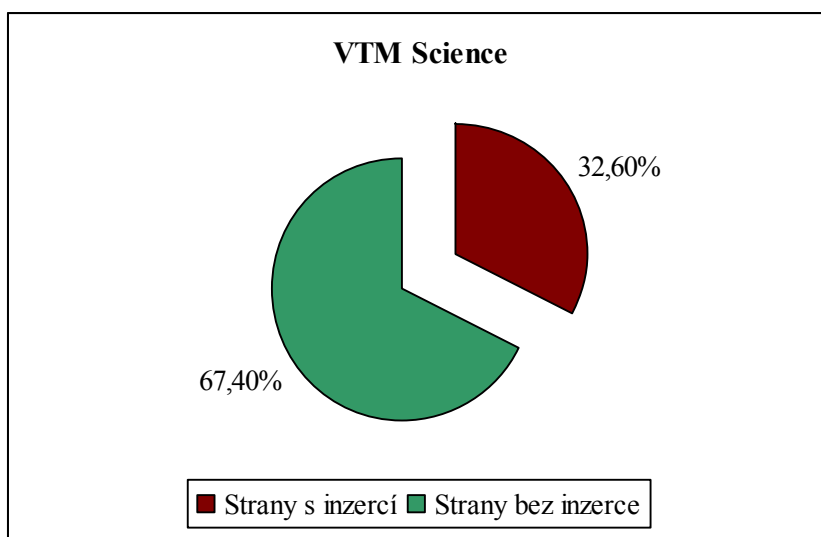
Ve vydáních 16 – 20/2008 časopisu Bravo se inzerce nacházela celkově na 46 stranách, průměrně tedy bylo z 48 stran jednoho vydání 9,2 stran inzertních. Z celkového počtu 240 zkoumaných stran to znamená podíl ve výši 19,17 % (viz graf č. 10).

Graf č. 10:



V případě časopisu VTM Science byl výskyt inzerce zaznamenán celkem na 163 stranách pěti zkoumaných vydání (6 – 10/2008), což znamená průměrnou hodnotu 32,6 inzertních stran při 100 stranách jednoho vydání časopisu. Ze všech zkoumaných 500 stran činí podíl inzertních 32,6 % (viz graf. č. 11).

Graf č. 11:



7. Závěr

Dvacet let společenského vývoje přineslo do oblasti časopisů pro děti a mládež více než markantní změny. Časopisy v obou obdobích vznikaly a byly vydávány v natolik odlišných politických a společenských podmínkách, že přímá komparace jednotlivých titulů se zaměřením na ústřední zkoumané aspekty není relevantním způsobem proveditelná. Zatímco v roce 1988 byla propaganda a politická ideologizace v obsahu jednotlivých titulů běžným jevem a reklama prakticky absentovala (až na výjimky, např. inzerci na publikace či hobby výrobky, viz. str. 25), o dvacet let později tomu bylo a je přesně naopak. Reklama a marketing ovládly nejen faktory ovlivňující samotnou existenci jednotlivých titulů na trhu, ale zároveň do značné míry také obsah časopisů.

Přesto je na základě zjištěných údajů možné srovnat, jakou měrou byly a jsou obsahy časopisů dotčeny uvedenými znaky, resp. do jaké míry jimi zůstal nedotčen ostatní obsah časopisů. To autor považuje za zcela zásadní, jelikož časopisy pro děti a mládež představují pro své čtenáře významný zdroj vědění, prostředek formování jejich osobnosti a jeden z nástrojů pro trávení volného času. Existuje tedy racionální předpoklad, že obsah těchto periodik má v maximální možné míře přinášet čtenáři poznání, umožňující rozšiřování jeho všeobecného přehledu, a jinými způsoby rozvíjet jeho osobnost.

O tom, jaký podíl obsahu jednotlivých časopisů pro děti a mládež v obou sledovaných obdobích tento předpoklad splňuje, napovídá již statistická část práce. Pro autora je u časopisů z roku 1988 překvapivý počet stran s výskytem výrazů bezprostředně spojených s komunistickou ideologií nebo propagandou. Tento počet považuje za nízký oproti svému původnímu očekávání. Výjimku představuje pouze Sedmička pionýrů, u ostatních titulů však výrazně větší část obsahu splňuje výše uvedený přirozený předpoklad funkce časopisů pro děti a mládež.

V obsahu časopisů z období roku 1988 zaujímá text podstatně větší plochu než u stejných periodik v dnešní době. Týká se to všech titulů, od těch určených předškolákům až po magazíny pro dospívající. Text je navíc obvykle věcný, témata jsou, zejména v případě časopisů ABC a VTM, zpracována hlouběji, odborněji, přesto neztrácejí na zajímavosti (kritérium zajímavosti je zde ovšem posuzováno pohledem autora, který si je vědom radikálně odlišného vnímání toho, co je zajímavé, dnešními dětskými a dospívajícími čtenáři).

Přestože je ideologický vliv na část obsahu časopisů z konce osmdesátých let 20. století jednoznačný a prokázáný, v obsahové struktuře jednotlivých titulů tato část představuje menšinu, u časopisu pro nejmenší (Sluníčko a Mateřídouška) navíc zanedbatelnou. Naopak za

jasné pozitivum časopisů z předlistopadové doby lze považovat skutečnost, že v jejich obsahu prakticky zcela schází prvky násilí (výjimku v tomto ohledu představuje pouze komiks v časopisu ABC; zde zobrazované násilí však dnešními měřítky nelze považovat za brutální), projevy neúcty k nehmotným i hmotným hodnotám a jiné jevy nahlížené běžnými společenskými standardy jako nežádoucí.

Pomineme-li ideologii vnucovanou úctou k Sovětskému svazu, komunistickému modelu socialistické společnosti, jejím elitám a institucím či záměrné udržování společnosti v uměle vytvářených obavách z kapitalistické agrese (např. užíváním slova „mír“ v daných kontextech), zůstává většina obsahu, která pohledem autora působila na malé a mladé čtenáře pozitivně. Posilovala význam hodnot jako je rodina či domov, respekt k autoritám (rodiče, prarodiče, pedagogové), úctou ke starším lidem, kulturnímu dědictví, přírodě a životnímu prostředí. Podněcovala čtenáře k trávení volného času způsobem, který minimalizoval rizika výskytu sociálně-patologických jevů (a nemuselo jít o volnočasovou činnost v rámci pionýrských organizací), probouzela zájem podílet se na rozvoji v oblasti vědy a techniky, rozšiřovala všeobecný přehled.

Dvacetiletý vývoj v této kategorii přinesl řadu změn, v jejichž důsledcích již časopisy nemohou být stejné, ba ani podobné těm z před 20 let. Změny způsobilo několik objektivních faktorů, jako je překotný politický, společenský a ekonomický vývoj, komputeryzace společnosti, komercializace a komodifikace médií.

Prvořadým se stal zisk. Postupující komercializace, ruku v ruce se stále menší ochotou dětí a mladých lidí číst, se stala hlavním činitelem určujícím podobu obsahu časopisů. Zatímco textová složka na základě tohoto působení procházela významnou redukcí a zjednodušením, obrazová naopak získala jasně dominantní význam. Trendem byla a je trivializace obsahů a jejich přizpůsobování míře komerční úspěšnosti mediálních nebo spotřebních produktů.

Časopisy pro děti a mládež se tak staly jakýmsi katalogy výrobků a služeb. Ve snaze zaujmout čtenáře se mnohdy nevkusným způsobem podbízejí jejich producenti i samotní vydavatelé. Používány jsou marketingové a reklamní praktiky, jež lze považovat za manipulativní. Příkladem může být skutečnost, že drtivá většina inzerce publikované v časopise Mateřídouška postrádá jakékoliv označení, ale mnohdy i typické vizuální prvky, které by reklamu odlišovaly od ostatního obsahu. Markantní je tento jev rovněž v ostatních časopisech pro děti a mládež, a to zejména, avšak nikoliv pouze, v souvislosti s hollywoodskou filmovou produkcí.

Reklamu jako takovou pochopitelně nelze a priori nazírat jako negativní jev. Do jiného světla se však dostává v momentu, kdy je jí značně přizpůsobován obsah media, a to zvláště tehdy, jde-li o médium určené dětskému nebo dospívajícímu publiku. Přičteme-li k tomuto jevu již zmíněný fakt o úbytku a simplifikaci textu v obsahu periodik, docházíme k zjištění, že časopisy pro děti a mládež již téměř přišly o svůj původní potenciál fungovat jako zdroj relevantních vědomostí a dalších prostředků k rozvoji osobnosti čtenáře.

Edukativní funkci prakticky zcela pohltila funkce zábavní. Současné časopisy pro děti a mládež inklinují k primitivní masové kultuře a přinášejí značně zjednodušený pohled na dění ve společnosti, což ve svých důsledcích může negativně ovlivnit myšlení, postoje a jednání čtenářů v průběhu jejich dětství, dospívání i dospělosti.

Trendy, které byly popsány v závěru této práce, jsou zřejmě nezvratné a budou s největší pravděpodobností pokračovat. Malé a mladé publikum již dnes vyžaduje např. interakci či kvalitní audiovizuální zážitek, které časopisy nemohou poskytnout, byť se jejich vydavatelé snaží uspokojovat tuto potřebu dalším posilováním grafické složky nebo čtenářskými soutěžemi. Bude-li tomu skutečně tak, lze předpokládat, že tištěná periodika pro děti a mládež, jejichž náklady neustále klesají, budou postupně nahrazována multimédií.

8. Seznam použité literatury a pramenů

Časopisy ABC mladých techniků a přírodovědců, ročník 33, čísla 4 – 8/1988, ABC – časopis generace 21. století, ročník 53, čísla 16 – 21/2008, Bravo, ročník 17, čísla 16 – 20/2008, Mateřídouška, ročník 64, čísla 7 – 11/2008, Mateřídouška – literární měsíčník pro nejmenší čtenáře, ročník 45, čísla 1 – 5/1988, Sedmička pionýrů – čtení pro chlapce a děvčata na sedm dní, ročník 22, čísla 10 – 14/1988, Sluníčko, ročník 41, čísla 8 – 12/2008, Sluníčko – měsíčník pro nejmenší, ročník 22, čísla 1 – 5/1988, VTM Science, ročník 62, čísla 6 – 10/2008, VTM – věda a technika mládeži, ročník 42, čísla 5 – 9/1988.

Kolektiv autorů, 10. let v českých médiích, Portál, vydání 1., Praha 2005.

ISBN 80-7178-925-9

KADLECOVÁ, K., Dívky a girls podle českých dívčích časopisů, Bor, Liberec 2007.

ISBN 987-80-86807-57-7

JIRÁK J., KÖPPLOVÁ B., Média a společnost, Portál, vydání 1., Praha 2003.

ISBN 80-7178-697-7

TOMAN, V., Můj život s ABC – ábíčkem, Ostrov, vydání 1., Praha 2005.

ISBN 80-86289-38-9

JIRÁK J., KÖPPLOVÁ B., Nabídka tiskových a audiovizuálních médií pro děti a mládež, Parlamentní institut, inf. podklad 5.098, červen 1997.

NOVÁKOVÁ, E., JANDOVÁ, V., Reklama a její regulace, Linde, vydání 1., Praha 2006.

ISBN 80-7201-601-6

FIDELIUS, P., Řeč komunistické moci, Triáda, vydání 1., Praha 2002.

ISBN 80-86138-03-8

URBANOVÁ, S., Sedm klíčů k otevření literatury pro děti a mládež 90. let XX. Století, Votobia, vydání 1., Olomouc 2004.

80-7220-185-9

Kolektiv autorů a konzultantů, Slovník cizích slov, Baronet, vydání 2., Praha 2005.

ISBN 80-7214-797-8

ČEŇKOVÁ, J., SIEGLOVÁ, N., DEJMALOVÁ, K., Vývoj literatury pro děti a mládež a její žánrové struktury, Portál, vydání 1., Praha 2006.

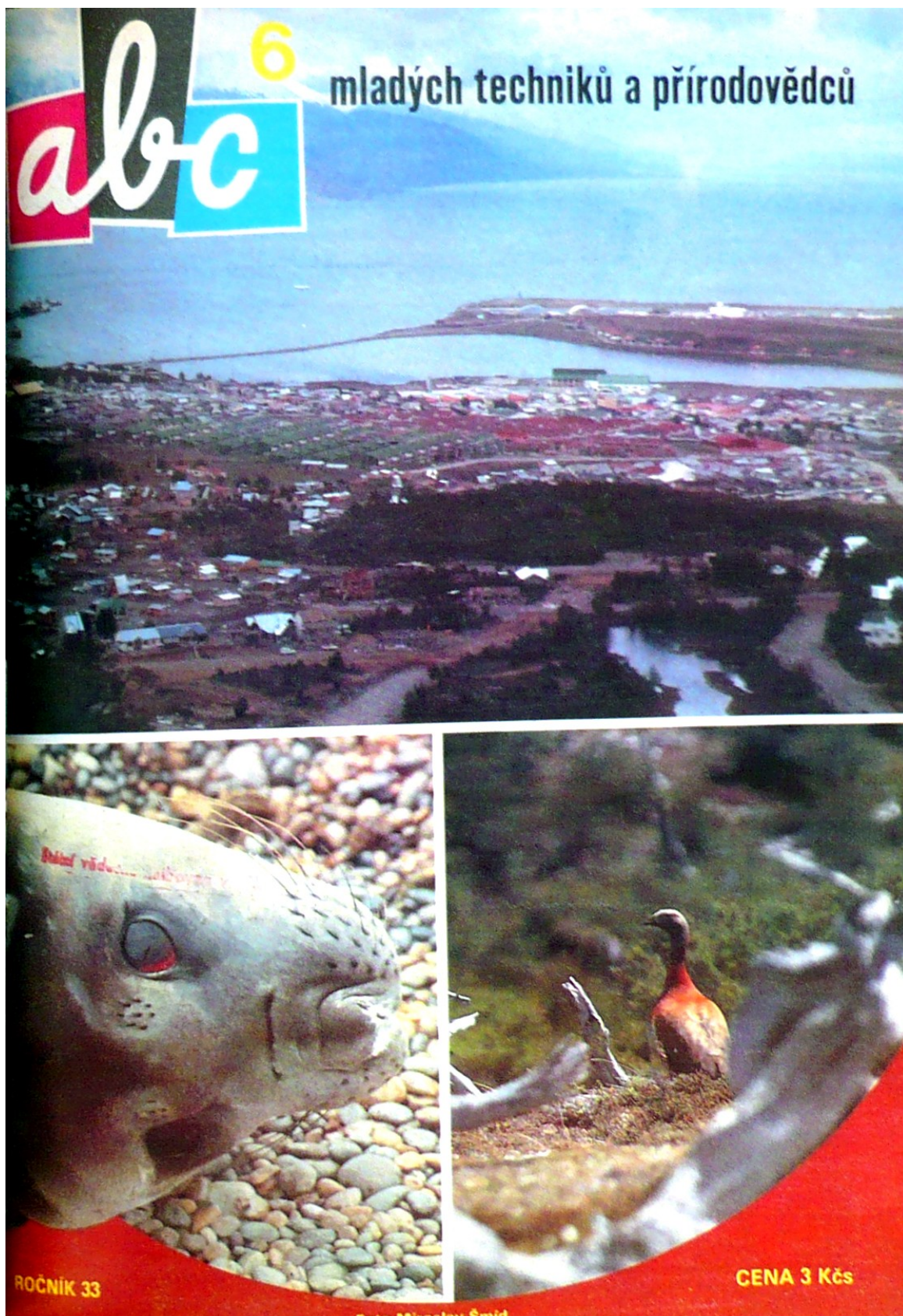
ISBN 80-7367-095-X

9. Přílohy

Seznam příloh

1. Ukázka obálky časopisu ABC mladých techniků a přírodovědců z roku 1988
2. Ukázka obálky ABC – časopisu generace 21. století z roku 2008
3. Ukázka obálky časopisu Mateřídouška z roku 1988
4. Ukázka obálky časopisu Mateřídouška z roku 2008
5. Ukázka obálky časopisu Sedmička pionýrů z roku 1988
6. Ukázka obálky časopisu Bravo z roku 2008
7. Ukázka obálky časopisu Sluníčko z roku 1988
8. Ukázka obálky časopisu Sluníčko z roku 2008
9. Ukázka obálky časopisu VTM – věda a technika mládeži z roku 1988
10. Ukázka obálky časopisu VTM Science z roku 2008

Obrazová příloha č. 1 – ukázka obálky časopisu ABC mladých techniků a přírodovědců z roku 1988 (č. 6)



Obrazová příloha č. 2 – ukázka obálky ABC – časopisu generace 21. století z roku 2008 (č. 17)

a b c

časopis generace 21. století

číslo 17 časopis roku 2007

3x DÁREK

- SAMOLEPKY Vall-I
- 3D MODEL Dampř CAT
- 2D HRA Atleti

Hry v Číně
Festivaly
Island

+
Vyhráj
mobil
fotoaparát
skateboardy

VĚDECKÁ KNIHOVNA V OLBRAMOVĚ

VALL-I
ANIMÁK ROKU

Geewa 45	Super Smash 47	Dave 53
----------	----------------	---------

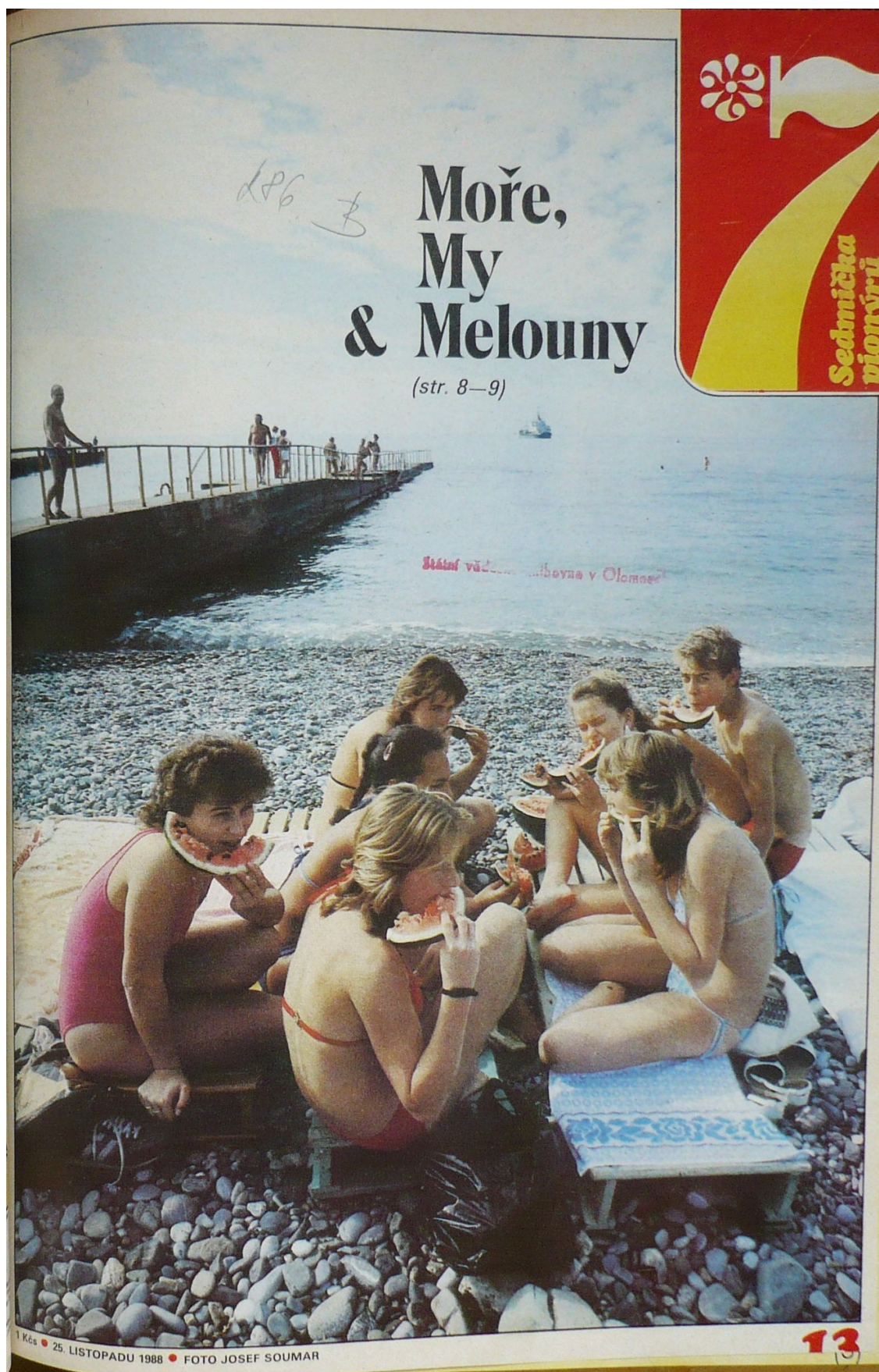
ATLETI – sportovní 2D hra na prázdniny

12. SRPEN 2008 | 43 Kč | 63 SK | 2,08 EUR
PŘEDPLATNE 36 Kč | 59 SK | 1,96 EUR

Obrazová příloha č. 3 – ukázka obálky časopisu Mateřídouška z roku 1988 (č. 3)





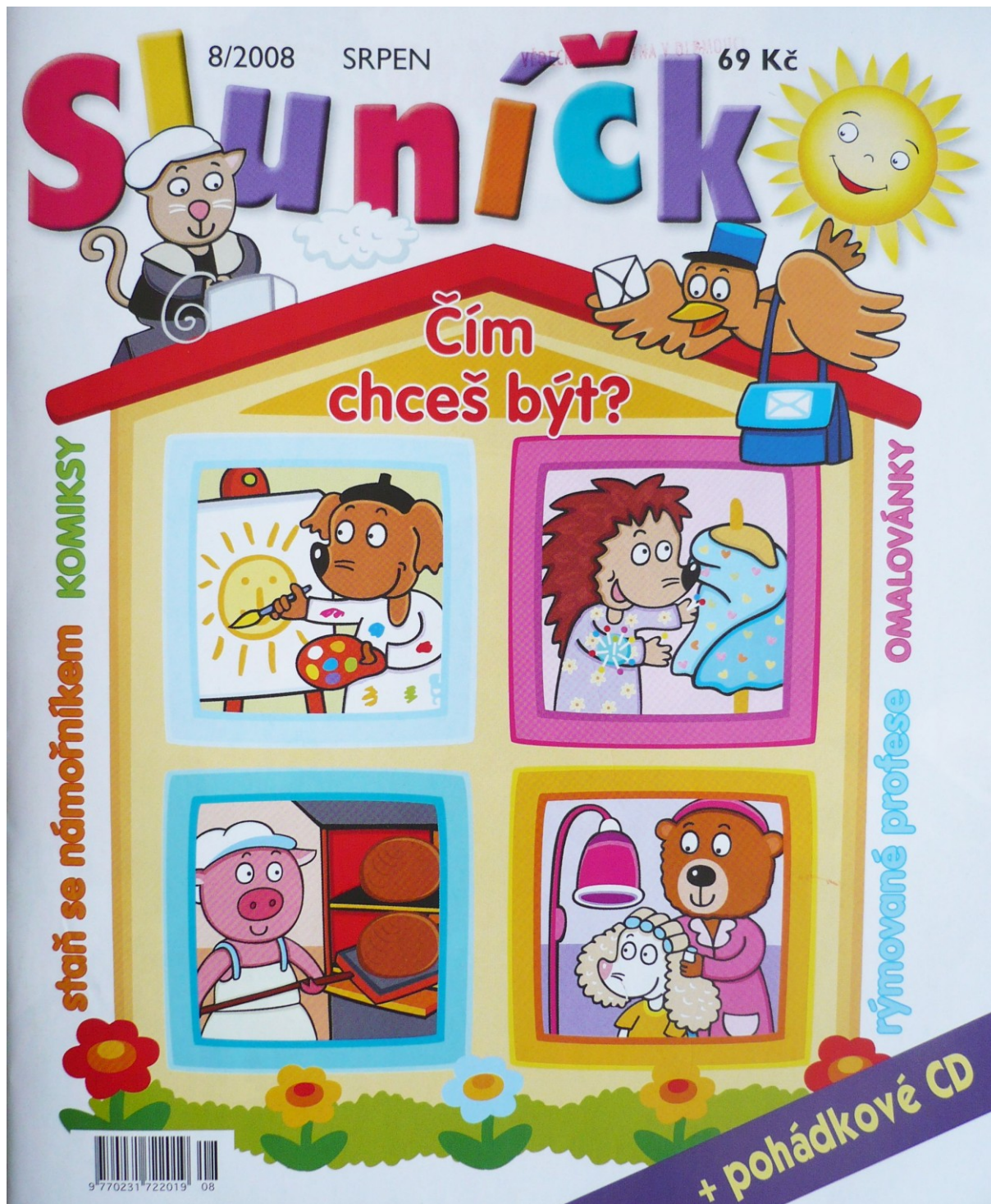


Obrazová příloha č. 6 – ukázka obálky časopisu Bravo z roku 2008 (č. 19)



Obrazová příloha č. 7 – ukázka obálky časopisu Sluníčko z roku 1988 (č. 2)





Obrazová příloha č. 9 – ukázka obálky časopisu VTM – věda a technika mládeži z roku 1988
(č. 5)



Obrazová příloha č. 10 – ukázka obálky časopisu VTM Science z roku 2008 (č. 9)

