

**Filozofická fakulta Univerzity Palackého**  
**Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky**

**Strategie výběru témat se zaměřením na zdravý  
životní styl v časopise Kondice**

The strategy of topic selection focused on healthy lifestyle in  
Kondice magazine

*BAKALÁŘSKÁ PRÁCE*

**Kristýna Michalčíková**

**Vedoucí práce: Mgr. Šárka Loukotová Novotná**

Olomouc 2021

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala samostatně a uvedla v ní všechny použité podklady a literaturu.

Práce má 82 054 znaků.

V Olomouci dne: 30.4.2021

Michalčíková

## **Poděkování**

Tímto děkuji mé vedoucí bakalářské práce Mgr. Šárce Loukotové Novotné za její přístup, odborné vedení práce a cenné rady, které mi při vypracování této práce pomohly. Dále bych ráda poděkovala šéfredaktořce Kondice Michaele Bučkové, která měla skvělý přístup a komunikace probíhala úplně bez jakýchkoli problémů, čehož si moc vážím. Také za trpělivost a podporu děkuji svojí rodině a svým blízkým.

## **Anotace**

Cílem této bakalářské práce je zjištění strategie při výběru témat, která se zaměřují na zdravý životní styl v časopise *Kondice*. Podrobně se budu věnovat pravidelným rubrikám a zaměřím se na často objevovaná témata článků. Práce se zaměřuje také na redakční postupy ve vybraných číslech od ledna 2020 do ledna 2021.

Teoretická část je zaměřená na lifestyle časopisy, jejich charakteristiku, zařazení, dělení a historii. Věnuji se i definici životního stylu a konkrétněji pojmu *zdravý životní styl*.

V praktické části provádím deskripci vybraných rubrik a článků zaměřených na zdravý životní styl. Využila jsem také informace z rozhovoru s šéfredaktorkou, díky kterému jsem mohla nahlédnout do chodu redakce a seznámit se s jejím fungováním a postupy.

## **Klíčová slova**

Kondice, zdravý životní styl, lifestyle časopisy, lifestyle žurnalistika, polostrukturovaný rozhovor, rešerše, deskripce

## **Annotation**

The aim of this bachelor's thesis is to determine the strategy of topics selection that focus on a healthy lifestyle in the *Kondice* magazine. I will focus on regular sections and on frequently appearing topics of articles. The work is clued-up to routines in redaction in selected issues from January 2020 to January 2021.

The theoretical part is focused on lifestyle magazines, their characteristics, classification, division, and history. I describe the definition of lifestyle and more specific *healthy lifestyle*.

In the practical part I describe selected sections and articles focused on a healthy lifestyle. It includes information from an interview with the editor-in-chief thanks to which I was able to get known the methods of the redaction.

## **Key words**

Kondice, healthy lifestyle, lifestyle magazines, lifestyle journalism, semi-structured interview, research, description

# Obsah

Obsah.....	5
Úvod.....	7
<b>I. Teoretická část.....</b>	<b>8</b>
<b>1. Časopis jako masové médium.....</b>	<b>8</b>
1.1. Masová média.....	8
<b>2. Definice obecného pojmu životní styl .....</b>	<b>8</b>
2.1. Zdravý životní styl.....	9
<b>3. Lifestylové časopisy .....</b>	<b>10</b>
3.1. Definice lifestyle časopisů.....	10
3.2. Historie časopisů u nás .....	11
3.3. Dělení současných lifestylových časopisů .....	13
3.4. Rozdíl mezi lifestyle časopisem (pro ženy) a časopisem pro ženy .....	14
3.5. Pohled na jazykovou stránku lifestyle časopisů .....	15
3.5.1. Žánry .....	15
3.5.2. Jazyk.....	15
3.6. Cílové skupiny.....	16
4. Časopis Kondice.....	17
<b>II. Metodologická část.....</b>	<b>18</b>
5. Výzkumné metody .....	18
5.1. Deskripce.....	18
5.2. Polostrukturovaný rozhovor .....	18
6. Výzkumné otázky.....	18
<b>III. Analytická část.....</b>	<b>20</b>
7. Zkoumaný vzorek – časopis Kondice.....	20
7.1. Čtenost.....	20
7.2. Struktura časopisu .....	20
7.3. Cílová skupina čtenářek .....	21
7.4. Pravidelné rubriky .....	21
7.4.1. Trénink .....	21
7.4.1.1. <i>Trénink</i> .....	22
7.4.1.2. <i>Koučink</i> .....	22
7.4.1.3. <i>Reportáž</i> .....	23
7.4.1.4. <i>Rozhovor</i> .....	24
7.4.1.5. <i>Portrét</i> .....	24
7.4.1.6. <i>Pohyb</i> .....	24
7.4.2. Běhání.....	25
7.4.3. Jídlo .....	26
7.4.4. Zdraví .....	27
7.4.4.1. <i>Zdravé novinky</i> .....	27

7.4.4.2.	<i>Bylinka měsíce</i> .....	28
7.4.4.3.	<i>Téma</i> .....	29
7.4.4.4.	<i>Rozhovor</i> .....	29
7.4.4.5.	<i>Příběh</i> .....	30
7.4.4.6.	<i>1 problém, 4 řešení</i> .....	31
7.4.5.	Beauty.....	31
7.4.5.1.	<i>Péče</i> .....	31
7.4.5.2.	<i>Trend</i> .....	31
7.4.5.3.	<i>Make-up</i> .....	32
7.4.6.	Psychologie .....	32
7.4.7.	Cestování .....	33
7.5.	Nezařazené články/ rubriky .....	34
7.5.1.	<i>Jóga</i> .....	34
7.5.2.	<i>Fashion</i> .....	34
7.5.3.	<i>Strong girl</i> .....	34
7.6.	Reklamy v Kondici.....	35
7.7.	Speciální vydání .....	35
7.8.	Fungování redakce .....	35
7.9.	Videoportál Kondice.cz.....	36
<b>Shrnutí</b> .....		<b>37</b>
Sport a pohyb.....		37
Jídlo .....		38
Psychologická stránka .....		38
Zodpovězení výzkumných otázek .....		38
<b>Závěr</b> .....		<b>41</b>
<b>Zdroje</b> .....		<b>42</b>
<b>Seznam příloh</b> .....		<b>44</b>

# Úvod

Cílem této práce je prozkoumat jednotlivé rubriky a články zabývající se zdravým životním stylem a zjistit strategii výběru témat a psaní těchto článků. Práce je rozdělena na dvě části, a to teoretickou a praktickou.

V teoretické části popisují pojmy spojené s tématem zdravého životního stylu. Dále stručně představují historii lifestylových časopisů a v závěru této části je i charakteristika časopisu *Kondice*.

V praktické části se podrobně věnují jednotlivým rubrikám v jedenácti zkoumaných číslech časopisu *Kondice* od ledna 2020 do ledna 2021. Tyto rubriky a články popisují a pomocí polostrukturovaného rozhovoru s šéfredaktorkou doplňují i informace o fungování redakce. Časopis *Kondice* jsem zvolila, protože se prezentuje jako periodikum zaměřené na zdravý životní styl. Pro zpracování tématu jsem se rozhodla, protože mě zajímá, jak je zdravý životní styl v časopise *Kondice* prezentován.

# I. Teoretická část

## 1. Časopis jako masové médium

Lifestylové časopisy jsou tzv. média masová. V této kapitole popíšu některé definice masových médiích a jakou roli tato média ve společnosti mají.

### 1.1. Masová média

Výraz masová média (masmédia) vznikl ve 20.století, kdy začal zrcadlit měnící se moderní svět. Označujeme jím *“organizované prostředky komunikace na velkou vzdálenost, s mnoha příjemci a v krátkém čase.”* Masmédii můžeme označit noviny, časopisy, kino, rozhlas a fonogram.<sup>1</sup>

Pro tato média platí určitý vzorec, který je shodný pro všechny typy masových médií. Díky technologiím a možnosti distribuce jsou neomezenému počtu adresátů nabízené potencionálně zajímavé materiály. Ale samotná dostupnost podle Jiráka nehraje až tak důležitou roli jako aktuálnost a pravidelnost.<sup>2</sup>

Masmédia jsou tedy zprostředkovatelem celospolečenské komunikace, ta směřuje z jednoho zdroje k publiku. Toto publikum je sestaveno z lidí, kteří se navzájem neznají a nemají mezi sebou žádné spojení (masa).<sup>3</sup>

Reifová ve slovníku s pojmem masová média často spojuje i masovou komunikaci. V nejužším slova smyslu jsou podle ní média prostředky masové nebo mediální komunikace.<sup>4</sup> Masová komunikace je přenos obsahů určených pro rozsáhlé publikum prostřednictvím technických prostředků. Těmi jsou rozhlas, televize, internet, film a tisk. V masové komunikaci jsou odesílateli nejen profesionální komunikátoři jako novináři, baviči, producenti a další, ale i politici, umělci a lidé promlouvající skrze média.<sup>5</sup>

## 2. Definice obecného pojmu životní styl

Definice v této oblasti není jednotná a existuje jich mnoho. Podle Duffkové je životní styl obsahově rozsáhlá oblast, která zahrnuje i vzájemně málo související témata. Pojem životní styl má v běžném povědomí řadu charakteristik, váže se například na módu a odívání, bydlení,

---

<sup>1</sup> MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. 2009. str.16

<sup>2</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. Masová média. 2009. str. 211

<sup>3</sup> JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. Masová média. 2009. str. 21-22

<sup>4</sup> REIFOVÁ, Irena. Slovník mediální komunikace. 2004. str. 140

<sup>5</sup> MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. 2009 str. 66



zdraví a pohyb, ekologické chování a další oblasti. Nejobvyklejší vymezení, jak Duffková píše je, že životní styl zahrnuje způsob, jakým lidé žijí, má řadu prvků a je ovlivněn několika faktory. Do oblasti životního stylu patří životní projevy, zvyklosti, formy života, chování, jednání, praktiky, činnosti a vztahy.<sup>6</sup> Ohledně otázky „kde“ se životní styl projevuje, Duffková odpovídá, že každý život, konkrétněji životní styl, se odehrává v určitém prostředí, které se nejobecněji rozděluje na fyzické a sociální. Co se týče fyzického prostředí je nejčastěji sledován životní styl ve městě a na venkově a jejich odlišnosti. Dál problematika fyzického prostředí zahrnuje problémy životního prostředí a bydlení. V rámci sociálního prostředí se zkoumá společnost s ekonomickou, politickou a kulturní sférou, dále se zkoumají komunity, větší skupiny, rodina, přátelé a nejbližší sociální okolí.<sup>7</sup>

## **2.1. Zdravý životní styl**

Zdravému životnímu stylu života je v posledních letech, hlavně v médiích a na sociálních sítích věnovaná velká pozornost. Například Světová zdravotnická organizace (WHO) definovala zdraví jako stav, kdy je člověk po duševní, tělesné i sociální stránce spokojený a vyrovnaný.<sup>8</sup> Názory na to, jak by měl zdravý životní styl vypadat se podle Machové různí. Zdravý životní styl je projevem individuality, který se odráží ve všech sférách života- ve škole, v práci, ve volném čase a v dalších aktivitách. Rozhodovat se v určitých situacích můžeme pro takové možnosti, které nám ke zdraví přispějí a odmítnout ty, jež zdraví naopak poškodí. Rozhodování o našem chování není zcela svobodné a je omezené sociální, ekonomickou a vlastní situací. Člověk se může správně rozhodnout, pokud má dostatek informací a znalostí o tom, co jeho zdraví podporuje a o tom, co mu škodí.

Podle Machové vyplývá, že zdraví si nejvíce lidé poškozují kouřením, drogami, nadměrnou konzumací alkoholu, nesprávnou výživou, malou pohybovou aktivitou, stresem a rizikovým sexuální chováním. Tyto kategorie nepůsobí odděleně, nýbrž ve vazbě na jiné a další faktory životního stylu. Jsou proto komplexním seskupením.<sup>9</sup>

Podle Mlčáka jsou předpoklady pro prosazování pozitivně působících způsobů jednání například pohyb, nekuřáctví, občasné užívání alkoholu, vyloučení drog a zachování si zásad, které mohou předcházet zbytečným úrazům či nehodám. Mezi důležité aspekty patří příjemné

---

<sup>6</sup> DUFFKOVÁ, Jana, Lukáš URBAN a Josef DUBSKÝ. Sociologie životního stylu. 2007. str 29

<sup>7</sup> DUFFKOVÁ, Jana, Lukáš URBAN a Josef DUBSKÝ. Sociologie životního stylu. 2007. str .33

<sup>8</sup> World Health Organization. [online]. Dostupné z: <https://www.who.int/about/who-we-are/frequently-asked-questions>

<sup>9</sup> MACHOVÁ, Jitka a Dagmar KUBÁTOVÁ. Výchova ke zdraví. 2009. str. 16

fyzické prostředí a mentální hygiena, což je proces sebevýchovy, duševní aktivity, odpočinku, dostatečného spánku a dobrých vztahů s lidmi.<sup>10</sup>

Klíč k přímému osvojení nebo naučení se těchto návyků úplně neexistuje, ale člověk se je může postupně učit, vštípit si určité tělesné a duševní návyky. Podle Krause a Poláčkové pro ně platí několik okruhů. Prvním je životní rytmus, pod který spadá poměr práce a odpočinku, jinak řečeno je to poměr mezi fyzickou a psychickou zátěží. Dalším okruhem je pohybový režim, což je bráno jako pravidelná tělesná aktivita. Dále duševní aktivita, ta je spojena s kulturními zájmy a vzděláváním v rámci duševní hygieny. Posledními okruhy jsou životospráva s racionální výživou, která je nezbytná k zachování zdraví a tělesné i duševní formy a zvládnání náročných životních situací. Na základě těchto uvedených okruhů lze tedy shrnout, že žít celkově zdravým životním stylem znamená chovat se tak, abychom neohrozili své zdraví a ani zdraví svých bližních.<sup>11</sup>

Pěstování zdravého životního stylu také zahrnuje prohlubování tělesné, psychické a duchovní kultury osobnosti. Tělesná kultura osobnosti zahrnuje zdokonalování dovedností a návyků osobní hygieny, životosprávy, stravovacích zvyků, přiměřený sportovní pohyb a odolávání omamným látkám, jakými jsou drogy, kouření anebo alkohol. Psychická kultura osobnosti je komplikovaný soubor kvalit, které se konkretizují do žádoucích rysů, stylů, socializovaných potřeb a hodnotových orientací. Klade se důraz zejména na odpovědnost, uvážlivost, sebereflexi, sebeovládání, umění se učit, tvořivost a sociální zdatnost. Duchovní kultura osobnosti je často redukována na estetické, literární a vědecké zájmy i realizační dovednosti, ale v kompletní šíři zahrnuje mravní vyspělost osobnosti, citlivost a smysl pro duchovní dimenzi bytí.<sup>12</sup>

### **3. Lifestylové časopisy**

#### **3.1. Definice lifestyle časopisů**

Lifestyle neboli životní styl je obecný pojem pro souhrn našich návyků a ukazuje tím i naše osobní hodnoty. Lifestylový časopis je tedy časopis, který se zabývá stylem života a svým obsahem se zaměřuje na určitou skupinu lidí se stejnými hodnotami a životním postojem, jako například ženy, muže, mladé lidi, hudební fanoušky apod., a proto zde většinou

---

<sup>10</sup> MLČÁK, Zdeněk. Psychologie zdraví a nemoci. 2005. str.16

<sup>11</sup> KRAUS, Blahoslav a Věra POLÁČKOVÁ. Člověk – prostředí – výchova: k otázkám sociální pedagogiky. 2001. str. 158

<sup>12</sup> KRAUS, Blahoslav a Věra POLÁČKOVÁ. Člověk – prostředí – výchova: k otázkám sociální pedagogiky. 2001. str. 159

najdeme určitá témata jako je móda, hudba, vztahy, auta, cestování, celebrity a další.<sup>13</sup> Časopisy vycházejí v delších intervalech než noviny, a to minimálně dvakrát ročně, ale maximálně jednou týdně. Na rozdíl od novin se zaměřují časopisy na určitý typ publika, nejsou tolik obecné a neřeší se zde aktuálnost tématu jako v novinách zpravodajského rázu. První časopisy se zabývaly zejména vědou a technikou. To se však postupem času měnilo časopisy se začaly dělit na literární, divadelní, filozofické, moralistické, politické, časopisy pro ženy, děti a další.<sup>14</sup>

### 3.2. Historie časopisů u nás

Ve světě, stejně jako u nás platí, že důvodem veškerých změn v médiích je většinou politická situace. V Americe a západoevropských zemích lifestyle časopisy pro ženy vycházely už od druhé poloviny 19. století, a to díky sociokulturním změnám jako je postavení žen ve společnosti nebo také zlepšení podmínek pro národnostní menšiny v USA.<sup>15</sup> V této kapitole se ale zaměřím na historii a vývoj časopisů v českých zemích.

Počátky moderní politické žurnalistiky zde nastaly v revolučních letech 1848–1849, a to s velkým rozvojem tištěných médií. Tehdy vznikl i první česky psaný deník, *Národní noviny*. Tehdejší tištěná periodika byla primárně politického rázu (*Pražský večerní list*, *Noviny lípy slovanské*), ovlivněná historismem, byla drahá a určena byla spíše bohatším vrstvám, které měly dostatečné vzdělání na porozumění, zájem o kulturu, a hlavně si to mohly dovolit. Od počátku 60. let 19. století byl český tisk na vzestupu- vznikly například *Národní listy*, na Moravě zase *Moravská orlice*. V 80. letech 19. století vznikla *Národní politika*, ta se koncem 19. století a na začátku 20. století stala nejúspěšnějším listem v českých zemích.<sup>16</sup>

Po roce 1918, v období První republiky, vychází na území Československa 1653 periodik, z toho 124 deníků. Většina tištěných médií byla spjatá a často i finančně podporována politickými stranami. Některé stranické podniky, mezi nimiž byl nejvýznamnější národně socialistický Melantrich, si vybudovaly velkou strukturu tištěných médií. Noviny v této době přinášely jak zpravodajské, tak publicistické články z politiky, kultury, sportu a ekonomiky. Noviny i časopisy byly aktuálnější a začala se objevovat specializovaná periodika – politická (*Přítomnost*), ideově-politická, kulturně-politická, umělecká, sportovně-společenská, periodika pro dospívající a děti. Vydávaly se zábavné, vědecké či náboženské časopisy, některé noviny měly bulvární ráz. Mezi významná periodika patří

---

<sup>13</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace. 2007. str. 112

<sup>14</sup> REIFOVÁ, Irena. Slovník mediální komunikace. 2004. str. 32-33

<sup>15</sup> MICHALOVÁ, Adéla. Kulturní funkce lifestyle médií. 2011. str 41

<sup>16</sup> KONČELÍK, Jakub, Pavel VEČEŘA a Petr ORSÁG. Dějiny českých médií 20. století. 2010. str. 17-23.

například časopisy *Světozor*, *Osvěta*, *Pestrý týden*, *Lidové noviny*, *Přítomnost*, *Národní politika* nebo *Humoristické listy*.<sup>17</sup>

V období protektorátu došlo k dalším změnám ve společnosti, a to mělo neblahý dopad na kulturu, tedy i vycházející časopisy a noviny. Pod dohledem a správou okupačních a protektorátních orgánů byla média podrobena cenzuře. Média počátkem 40. let byla ovládnuta kolaboranty, ti je využívali k moci a propagandě. Někteří novináři se s nimi spojili, jiní se snažili pracovat dál tak, aby sami nebyli v ohrožení a zároveň stáli na straně českého národa. Periodika byla tenčí, kvalita papíru horší, a i celková kvalita médií se zhoršila. I samotný novinový papír byl pouze přidělován. Následky války a okupace měly dopad na nedostatek pracovních sil a odrážely se i v technické oblasti tisku. Tištěná média byla, co se týče obsahu, ostře sledována. Úvodníky a komentáře byly „doménou protektorátní propagandy“ a cenzurou procházely i nepolitické rubriky, například z kulturních témat se stala spíše témata odpočinková, která čtenářům zajistila jakýsi unik z reality. Z více než 2000 titulů na koci protektorátu zbyla zhruba desetina. Časopisy, které zůstaly na trhu nebo ty nově vzniklé měly často propagandistický obsah. Fašistické hnutí bylo propagováno v periodiku *Árijský boj* (1940-1945), časopisy *Přítomnost*, *Osvěta* nebo *Svět* byly zaměřeny na programovou kolaboraci. Na úplném konci války zůstalo ze všech deníků pouze dvanáct a mezi nimi byly například *Lidové listy*, *Polední list*, *Lidové noviny* nebo *Moravský večerník*.<sup>18</sup>

Po druhé světové válce se česká společnost i kultura opět těšily rozkvětu, a média s nimi. Oživil hlavně film, a to díky kontaktu se světovým děním v kultuře a ve společnosti. V roce 1946 vznikla například filmová škola a samostatný obor FAMU.<sup>19</sup>

Nástup komunistického režimu v roce 1948 vedl ke kontrole mediálních obsahů komunistickou stranou. Mediální obsahy se tak opět staly nástrojem propagandy a moci. Byla stále zakázaná řada periodik, jako například *Kritický měsíčník*, *Obzory* atd. Naopak typické časopisy byly v letech 1948 – 1968 společensko-politické (*Květy* – od roku 1951, *Technické noviny* atd.), závodní, které byly psané dělníky pro dělníky, humoristické (*Dikobraz*), časopisy pro děti a mládež (*Mateřídouška*), vědecké, sportovní a kulturní časopisy (*Host do domu*, *Tvář*, *Tvorba*, *Sešity pro mladou literaturu* atd.), časopisy pro ženy (*Vlasta*, *Žena a móda* atd.)<sup>20</sup>

V šedesátých letech se začala projevovat svoboda slova, což zahrnovalo i svobodu tisku. Počet titulů o kultuře se zvýšil o 75 %, po vstupu sovětských vojsk na naše území, hlavně po roce

<sup>17</sup> KONČELÍK, Jakub, Pavel VEČEŘA a Petr ORSÁG. Dějiny českých médií 20. století. 2010. str 32-40.

<sup>18</sup> KONČELÍK, Jakub, Pavel VEČEŘA a Petr ORSÁG. Dějiny českých médií 20. století. 2010. str 94-104.

<sup>19</sup> BILÍK, Petr. Kinematografie po druhé světové válce (1945-1970). IN: PTÁČEK, Luboš. Panorama českého filmu. 2000. str. 89.

<sup>20</sup> KONČELÍK, Jakub, Pavel VEČEŘA a Petr ORSÁG. Dějiny českých médií 20. století. 2010. str. 124.

1969 zavládla ale přísná cenzura, která přetrvávala až do převratu v roce 1989. Až do tohoto roku byla všechna média pod kontrolou Ústředního výboru Komunistické strany. Některé společenské a kulturní časopisy sloužily jako propaganda politické moci. Se změnami po roce 1989 nastává opět rozkvět. Od devadesátých let 20. století se časopisy se zaměřením na lifestyle objevují v podobě, jakou známe dnes.<sup>21</sup>

Postupem času byly rozšířenější možnosti ohledně cestování, bydlení nebo i jídla. Tím se životní styl neboli lifestyle měnil ve většině společenských sférách. A tím, že média mají tendenci reagovat na své čtenáře – časopisy na sebe nenechaly dlouho čekat a začaly se rozvíjet po obsahové i vizuální stránce. Neradí čtenářům pouze to, jak si udělat dobré jídlo nebo kam zajít na víno, dnešní časopisy podle Jiráka promlouvají skrze příběhy reálných lidí a vzbuzují tím určité modely chování.<sup>22</sup>

Zhruba v polovině 90. let byla obecně struktura časopisů v Česku ustálena a dá se říct, že v některých rysech se přiblížila médiím na Západě. A i přesto že zahraniční vydavatelství se měnila, vliv na hlavní strukturu to už nemělo.<sup>23</sup> Podle Osvaldové platí určité schéma a to, že změnou doby a technickým pokročilostem k nám vždy přijdou další témata a druhy časopisů – fotografické, filmové, programové (televizní) a další.<sup>24</sup>

### 3.3. Dělení současných lifestyleových časopisů

Lifestyleové časopisy se liší podle ceny, nakladatelství, rozsahu nebo frekvence vydávání. Prvotně bych se chtěla zaměřit na rozdělení časopisových titulů podle Barbory Köpplové na menšinové a masové. „*Menšinové se zaměřují na vybrané existující skupiny čtenářů s nějak vyhraněnými zájmy (Dějiny a současnost) nebo postoji (Respekt) a naopak masové, ty utvářejí nejrozličnější čtenářské skupiny definované vybranými sociodemografickými charakteristikami a životním stylem, a ty pak nabízejí inzerentům, jejichž produkce je na tyto skupiny zaměřena*“.<sup>25</sup> Michalová ve své práci ještě uvádí další rozdělení, a to podle jejich původu, na tři typy. Tituly, které se dokázaly udržet na trhu i přes politické změny a udržely krok s dobou (*Vlasta* – vychází již od roku 1947). Další kategorií jsou nové tituly českého původu (*Žena a život*)

---

<sup>21</sup> KONČELÍK, Jakub, Pavel VEČEŘA a Petr ORSÁG. Dějiny českých médií 20. století. 2010. str. 178-202.

<sup>22</sup> JIRÁK, Jan. 10 let v českých médiích. 2005. str. 86.

<sup>23</sup> JIRÁK, Jan. 10 let v českých médiích. 2005. str. 89

<sup>24</sup> OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace. 2007. str. 42

<sup>25</sup> KÖPPLOVÁ, Barbara. Kam směřují časopisy a lifestyleové magazíny. In: JIRÁK, Jan et al. 10 let v českých médiích. 2005. str. 82

a poslední třetí kategorií jsou „převzaté“ zahraniční časopisy jako například *ELLE*, *Vogue* nebo *PLAYBOY*.<sup>26</sup>

V současné době v trafikách a online najdeme širokou škálu nabízených časopisů/platform se zaměřením na životní styl. Ty patří k často vyhledávaným nejen ženami, ale také muži, kteří na trhu kromě *Playboye*, *Top Class* či *Esquire* mají v ČR od roku 2006 i časopis *ForMen*. Vycházel i půlročník *ELLE Man*, ten se ale udržel pouze od roku 2005 do roku 2019.<sup>27</sup>

Jsou zde i lifestylové časopisy, které nejsou kategorizovány přímo pro ženy nebo pro muže a těmi jsou například *MojePsychologie*, *Psychologie dnes*, *Gurmet*, *FOOD*, *Apetit*, *Luxury guide* a další.

Kategorie časopisů se zaměřením na životní styl pro ženy je širší než ta pro muže. V nabídce je spousta periodik s orientací zejména na módu jako například *Cosmopolitan*, *ELLE*, *Harper's Bazaar*, *Perfect Woman* nebo *Vogue*. Další podkategorie lifestylových časopisů pro ženy se zaměřuje především na sportovní stránku a v této kategorii máme časopisy jako je *Dieta*, *JógaDnes* anebo *Kondice*. A právě *Kondice* je časopis, na který se v této práci zaměřuji. Ten v poslední kapitole teoretické části více přiblížím a v praktické části prozkoumám 11 čísel, konkrétněji články se zaměřením na zdravý životní styl.

### **3.4. Rozdíl mezi lifestyle časopisem (pro ženy) a časopisem pro ženy**

Unie vydavatelů uvádí, že časopisy cílené na ženy se dělí do dvou kategorií, a to časopisy pro ženy, kam patří třeba *Chvilka pro tebe*, *Blesk pro ženy*, *Překvapení*, *Vlasta*, *Můj svět* atd., a časopisy životního stylu pro ženy, mezi kterými jsou *Žena a život*, *Elle*, *Cosmopolitan*, *Dieta*, *Vogue*, *Harper's Bazaar* a další.<sup>28</sup> Tyto dvě kategorie jsou poměrně často zaměňovány, a to zejména proto, že jsou zaměřené na jednu skupinu a tou jsou ženy. Nicméně po prozkoumání je možné si všimnout značných rozdílů, které tyto dvě kategorie dobře rozliší. V této bakalářské práci se zaměřuji na časopis *Kondice*, který patří do skupiny časopisů životního stylu pro ženy.

Podle výzkumu Unie vydavatelů mají vyšší čtenost za poslední rok časopisy pro ženy. Hlavními rozdíly mezi časopisy pro ženy a časopisy zdravého životního stylu pro ženy patří periodicitu, cena, obsah, počet stran a celkový vzhled.

Časopisy pro ženy mají vyšší periodicitu a ve většině případů jde o týdeníky. A cena, jak je zmíněno výše, je nižší – v průměru 15 korun za číslo. Mívají zpravidla zhruba 50 stran

---

<sup>26</sup> MICHALOVÁ, Adéla. Kulturní funkce lifestylových médií. 2011. str. 36

<sup>27</sup> *Periodik* [online]. Dostupné z: <https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=titul&titul=101097>

<sup>28</sup> UNIE VYDAVATELŮ [online]. Dostupné z: [http://www.unievydavatelu.cz/gallery/files/Zak13\\_a4\\_Q2020.pdf](http://www.unievydavatelu.cz/gallery/files/Zak13_a4_Q2020.pdf)

a články jsou zaměřené na recepty, domácnost, zahradu, děti rozhovory s celebritami, pikantnosti ze života známých lidí, životní příběhy další.

Naopak v lifestylových časopisech, které jsou podle Osvaldové určené mladším skupinám žen se dočteme o sexu, hledání partnera, zařízení bytu, domácích zvířatech, o módě, vzhledu, kosmetice, dietách a tak dále.<sup>29</sup>

Časopisy životního stylu pro ženy jsou ve většině případů měsíčníky a ačkoli jsou týdeníky pro ženy levnější, náklady za jeden měsíc by dohromady byly stále vyšší za jeden měsíčník. Právě cena je jeden z největších rozdílů. Ta se zpravidla pohybuje kolem sta korun za číslo, někdy obsahuje speciál navíc, jindy zase nabízí vzorek nějakého kosmetického produktu, nebo třeba i plátěnou tašku. Cena je závislá samozřejmě i na jiných aspektech. Při porovnání například *Blesku pro ženy* a *ELLE*, je značný rozdíl nejen právě v ceně, ale také v kvalitě papíru, celkového designového zpracování a třeba i v počtu stran, ten se u lifestylových časopisů pohybuje okolo 80. Na stránkách můžeme najít například rozhovory s celebritami (v převzatých mutacích časopisů jde spíš o celebrity světové), společenské rubriky, reportáže a velké množství reklam.

### **3.5. Pohled na jazykovou stránku lifestyle časopisů**

#### **3.5.1. Žánry**

V lifestylových publikacích pro ženy najdeme podle Osvaldové žánry jako rozšířené zprávy, rozhovory, medailony osob, recenze (na knihy, filmy, kosmetiku, hudební nahrávky), velké reportáže, editorial, původní povídky, fejetony.<sup>30</sup>

Všechny tyto žánry spadají pod styl publicistický a podle *Lexikologie a stylistiky nejen pro žurnalisty* můžeme říct, že tyto texty mají funkci nejen informativní, ale i získávací, přesvědčovací a uvědomovací. Okrajově zařazujeme i estetickou funkci.<sup>31</sup>

Především je nutné podotknout, že je ještě důležitá další funkce a to ovlivňování, ta je pro tento styl významná právě tím, že odděluje styl publicistický od stylu zpravodajského. Ve zpravodajském jde primárně o předání informací, naopak v tom publicistickém jde i o hodnocení, posouzení a postoj k těmto informacím – tedy subjektivní postoj.<sup>32</sup>

#### **3.5.2. Jazyk**

---

<sup>29</sup> OSVALDOVÁ, Barbora. Česká média a feminismus. 2004. str. 74

<sup>30</sup> OSVALDOVÁ, Barbora. Česká média a feminismus. 2004. str. 74

<sup>31</sup> JÍLEK, Viktor. Lexikologie a stylistika nejen pro žurnalisty: studijní text pro distanční studium. 2005. str. 90

<sup>32</sup> MINÁŘOVÁ, Eva. Stylistika pro žurnalisty. 2011. str.174

Vzhledem k tomu, že časopisy zaměřené na ženy užívají určitý druh jazyka pro zpracování textů, určitě je na místě se věnovat i této kapitole. Například na rozdíl od deníků, kde je subjektivizace potlačena, a tudíž psaná er-formou, v časopisech pro ženy převládá ich-forma. Můžeme si tedy všimnout subjektivních výrazů, ženských tvarů sloves místo neutrálních, ke čtenářkám se obracejí přímo a oslovují je. Vedle germanismů, anglicismů a galicismů najdeme expresivní výrazy, věty zvolací, tázací a rozkazovací.<sup>33</sup>

Stručně shrnuto podle Hoffmanové se v časopisech pro ženy používají vesměs podobná slovní spojení a výrazy, kterými chtějí čtenářky zaujmout nebo je o něčem přesvědčit nebo vnutit nějakou myšlenku. Časopisy cílené na ženy se často zaměřují na ženy ze dvou pohledů, a to na něžnou a na silnou sebevědomou stránku ženy. V obou případech hrají roli stereotypní výrazy. Časopisy se ženy snaží oslovit hned titulní stranou nebo v případě otevření časopisu velkým titulkem, který na ně přímo mluví jako například: „*zamilujte se do kabátků*“, ve kterých vám nikdo neodolá.<sup>34</sup>

### 3.6. Cílové skupiny

Cílové skupiny časopisů pro ženy jsou trochu jiné než časopisů o životním stylu pro ženy. Vzhledem k tomu, že tato práce je orientovaná pouze na časopis životního stylu pro ženy, budu se tedy zabývat jeho cílovou kategorií, kterou jsou podle Osvaldové spíše mladší věkové kategorie z velkých měst. Hlavním důvodem tohoto jevu, jak popisuje Osvaldová je, že ženy z menších měst/venkova jsou tyto časopisy méně dostupně co se týče ceny, nabízejících produktů a celkového životního stylu, jenž je propagován v těchto časopisech a který pro ně není třeba tak akceptovatelný. Časopisy životního stylu jsou podle Osvaldové někdy až provokativní, když se zaměříme na témata jako jsou rady ohledně milenců, milostné trojúhelníky apod.<sup>35</sup>

Samozřejmě musíme brát v potaz rok vydání publikace (2004), ve které Osvaldová tato tvrzení píše. Není možné se držet jen těchto stereotypů, že žena na vesnici si nepořídí takový časopis. Není vyloučeno, že by si lidé, konkrétně ženy, z vesnic nekupovaly lifestyle časopisy.

---

<sup>33</sup> OSVALDOVÁ, Barbora. Česká média a feminismus. 2004. str. 74

<sup>34</sup> HOFFMANNOVÁ, Jana. Jak přesvědčit ženy? Strategie a prostředky persvaze v ženských časopisech. In: Metody a prostředky přesvědčování v masových médiích: sborník textů z mezinárodní vědecké konference: Ostrava 13.-15.9.2005. str. 79-85.

<sup>35</sup> OSVALDOVÁ, Barbora. Česká média a feminismus. 2004. str. 75



#### 4. Časopis Kondice

Tvůrci obsah časopisu popisují jako spojení lékařské odbornosti a žurnalistiky. *Kondice* seznamuje čtenáře, respektive čtenářky s radami a tipy na zdravotní, estetické a kondiční problémy. Redakční tým *Kondice* je složený z redaktorů a také z odborných poradců, zejména lékařů. Pro *Kondici* pracuje stálý tým 26 lékařů a odborníků na výživu, péči o tělo, psychologii a sport.<sup>36</sup>

*Kondice* vychází každý měsíc již od roku 2011 pod vydavatelstvím VLTAVA LABE Media, a.s. Původně časopis mělo vydavatelství EasyPublishing. Nejdříve byl založen 1. června blog *Kondiceonline.cz*, web vznikl 20.července, a nakonec to hlavní, první číslo tištěného časopisu vyšlo 22. září. Prodejní cena byla 29,90,- a hlavní distribuční síť měly být lékárny.<sup>37</sup> Nyní časopis stojí 49,90,-. Rozměry časopisu jsou 21,5 × 27,0 cm, což zhruba odpovídá rozměru A4.

Časopis začínal jako společný projekt Mirky Zlatníkové a Patricie Honslové. Tyto dvě ženy, ve funkcích ředitelky redakcí a ředitelky marketingu, uvedly na trh již tři časopisy: *Marianne*, *Marianne Bydlení* a *Apetit*. *Kondice* byl jejich čtvrtý, ale zato první samostatný projekt. Tímto časopisem reagovaly na zájem lidí o zdravý životní styl. Tehdejší šéfredaktorkou byla Mirka Zlatníková, která na jiné pozici v časopise stále působí. Vystřídala ji Lucie Frydecká, dřívější redaktorka přílohy *Zdraví MF Dnes*. Nynější šéfredaktorkou je od ledna 2019 Michaela Bučková, nahradila tak Lucii Frydeckou, která v časopisu *Kondice* šla na pozici produktové manažerky. Michaela Bučková se novinařině věnuje od vysoké školy. Dříve pracovala v zahraničních rubrikách *Lidových novin*, *Týdnu* a *MF Dnes*.

---

<sup>36</sup> *Periodik* [online]. Dostupné z: <https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=titul&titul=100966>

<sup>37</sup> *MediaGuru.cz* [online]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2011/05/m-vopavova-a-p-honslova-prichazeji-s-c-asopisem-kondice/>

## II. Metodologická část

V této části práce představím metody, které využiji k výzkumu. Ten zaměřím na analýzu jedenácti čísel časopisu *Kondice*. Jedná se o vydání od ledna 2020 do ledna 2021.

### 5. Výzkumné metody

Pro dosažení cílů mé bakalářské práce jsem zvolila deskripce a polostrukturovaný rozhovor. Tyhle dvě metody popíšu v následujících kapitolách blíže.

#### 5.1. Deskripce

Jako první metoda pro vypracování práce byla shromáždění dat a jejich deskripce. Deskripce se nesnaží jen o zachycení jevu, ale snaží se ho také vztáhnout k dalším jevům a ukázat na jejich společné vazby. Deskriptivní výzkum sbírá, třídí, uspořádává data a shrnuje údaje o zkoumaném jevu v kontextu a čase. Popisuje charakteristiku jevu – jeho podobu, průběh, s čím souvisí a jak se mění v čase. Deskripce může mít podobu slovní (kvalitativní data) a číselnou (kvantitativní data)<sup>38</sup> Při sběru dat jsem využila dostupné zdroje, a to především redakci časopisu *Kondice*, která mi díky šéfredaktořce, poskytla všechna potřebná vydání.

#### 5.2. Polostrukturovaný rozhovor

Polostrukturovaný rozhovor je také označován jako semistrukturovaný, řízený nebo rozhovor s návodem, protože si pro tento typ rozhovoru připravujeme otázky dopředu. Tyto otázky nám dávají návod, jak rozhovor povedeme. U strukturovaného rozhovoru tazatel nerozvíjí své otázky dál, naopak u polostrukturovaného může reagovat na odpovědi a rozhovor rozvádět dalšími otázkami. Otázky rozdělujeme na dva typy – primární, které jsou předem připravené a sekundární, ty vznikají při rozhovoru, s cílem doplnit nebo podnitit informace k další odpovědi.<sup>39</sup>

### 6. Výzkumné otázky

Hlavním cílem této bakalářské práce je zjistit strategii výběru témat se zaměřením na zdravý životní styl v časopise *Kondice*, a tudíž hlavní výzkumná otázka zní:

---

<sup>38</sup> SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky. 2014. str. 75

<sup>39</sup> SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky. 2014. str.211

*„Jaká je strategie při výběru témat, která se zaměřují na zdravý životní styl, v časopise Kondice?“*

Postupně se práce zaměří na dílčí výzkumné otázky:

*„Jaké jsou pravidelné rubriky zaměřené na zdravý životní styl Mají mezi sebou spojitost?“*

*„Jakým způsobem je čtenářkám podáváno téma o jídle a dietách?“*

*„Reflektuje Kondice sezonnost v rámci sportů a jídla?“*

*„Jak je téma zdravého životního stylu podáváno čtenářkám, které se chtějí dozvědět základy?“*

### III. Analytická část

#### 7. Zkoumaný vzorek – časopis *Kondice*

Časopis vychází jako měsíčník s dvěma výjimkami a tím jsou letní a vánoční čísla, která vychází ve dvou číslech v jednom. *Kondice* funguje od roku 2011, během té doby se vystřídaly tři šéfredaktorky, zakládající Mirka Zlatníková, následovala Lucie Frydecká a momentálně vede časopis Michaela Bučková. Heslem časopisu na každé obálce je: *pro ženy, které mají energii. „Zdravý životní styl je velké téma našeho časopisu. Chceme přinášet nové trendy, ukázat, že to jde. A hlavně se samy snažím zdravě žít,“* říká nynější šéfredaktorka.

##### 7.1. Čtenost

Podle výzkumu čtenosti za 3. a 4. čtvrtletí z roku 2020 od Unie vydavatelů je nejvíce čteným lifestyleovým časopisem pro ženy *Žena a život* s 229 tisíci čtenářek. Posledním v ukázané tabulce je *Vogue* se 71 tisíci.<sup>40</sup> „*Čtenost Kondice je okolo 66 tisíc,*“ sdělila šéfredaktorka. První tištěný náklad časopisu byl 20 000 výtisků, což je stále aktuální.

##### 7.2. Struktura časopisu

Než začnu podrobněji zkoumat každou rubriku a její obsah, zaměřím se na celkovou strukturu časopisu. Časopis při otevření první strany odkazuje na své facebookové stránky, instagram, a hlavně na web *Kondice.cz*, na kterém jsou lekce na cvičení s profesionálními trenéry, videokurzy, audiočlánky a články. Na úvodní straně kromě odkazu na sociální sítě je také editorial, ten má na starost každý měsíc šéfredaktorka časopisu Michaela Bučková. „*V Kondici ho píšu já, v jógových speciálech nebo např. ve speciálu Jarní restart ráda přenechávám místo kolegyni a hlavní autorce Veronice Veselé, která je v těchto tématech kovaná. Inspiraci hledám přímo v tématech aktuálního čísla a většinou do poslední chvíle přemýšlím, o čem to bude,*“ říká šéfredaktorka.

Následuje obsah časopisu, který má sedm pravidelných rubrik. Po obsahu je stránka věnovaná redakci časopisu - šest redaktorek se podělí, čím žily za poslední měsíc. Tato sekce je pro redaktorky dobrovolná a jednoduše, kdo pošle příspěvek, má ho vytištěný.

Dále je sekce *Startujeme*, což je souhrn novinek a věcí, které zaujaly redakci. Jsou to například kuchařky, knížky, oblečení, doplňky stravy, různé pomůcky na cvičení, jídlo, aplikace,

---

<sup>40</sup> UNIE VYDAVATELŮ. [online]. Dostupné z: [http://www.unievychovatelu.cz/gallery/files/Zak13\\_a4\\_Q2020.pdf](http://www.unievychovatelu.cz/gallery/files/Zak13_a4_Q2020.pdf)

kosmetiku a další. „*Hledáme zajímavé tipy, sledujeme nové trendy, snažíme se to poskládat, aby to bylo různorodé,*“ říká šéfredaktorka Kondice.

Po části *Startujeme* už začínají pravidelné rubriky s články, které budu popisovat v dalších kapitolách.

### **7.3. Cílová skupina čtenářek**

„*Nevyhýbáme se žádné cílové skupině. Víme, že jsme velmi silní ve skupině 20 až 30 let, ale čtou nás i starší ženy,*“ řekla šéfredaktorka Kondice.

Na moji otázku, zda se v redakci bere v potaz dopad na psychiku žen, které časopis čtou mi šéfredaktorka odpověděla, že je to jedno z velkých témat časopisu. „*Chceme je motivovat, ukázat, že není třeba se bát nových věcí, představujeme zajímavé ženy, chceme být inspirací ke zdravému životnímu stylu,*“ dodává.

### **7.4. Pravidelné rubriky**

Rubriky *Kondice*, které jsem zkoumala v číslech od ledna 2020 do ledna 2021 se opakovaly. Nicméně mi šéfredaktorka sdělila, že tyto rubriky se občas i mění, což se v číslech, které jsem zkoumala, nestalo. Pravidelné rubriky obsahují články s určitou tematikou a tu rozebírají podrobněji ve všech číslech. Mezi tyto rubriky patří *Trénink*, *Běhání*, *Jídlo*, *Zdraví*, *Beauty*, *Psychologie a Cestování*.

Každá má jiný rozsah. Nejrozsáhlejší je *Trénink*, ta má v průměru okolo dvaceti pěti stran, následuje *Zdraví* v rozsahu od šestnácti do dvaceti stran, *Jídlo* a *Běhání* kolem deseti stran, *Beauty*, *Psychologie a Cestování* obvykle kolem stran čtyř. Šéfredaktorka mi sdělila, že co se týče počtu stran, tak se řídí také tím, jak je disciplína nebo sport, na který jsou zrovna zaměření náročný. Někdy se stane, že se grafikovi líbí reportážní fotografie natolik, že nakonec v časopise mají více prostoru, než bylo původně v plánu.

V této části práce proberu každou rubriku zvlášť, rozeberu články, které obsahují a pokusím se přijít na společné schéma tvorby článků.

#### **7.4.1. Trénink**

Rubrika *Trénink* je nejrozsáhlejší částí celého časopisu, počet stran se mění, dá se říct, že v závislosti na ročním období. „*Všechny rubriky jsou „pohyblivé“ , nedržíme se pevného mustru. Někdy se dané téma více hodí zpracovat jako reportáž, jindy tomu sluší naopak rubrika koučink- návod, jak na to,*“ říká šéfredaktorka.

Zpravidla tato rubrika obsahuje podrubriky jako je *Koučink a Trénink*. Dále se často objevují podrubriky *Portrét*, *Reportáž*, *Pohyb*, *Rozhovor*. Podrubriky *Testujeme*, *Výbava* jsou ve zkoumaných číslech pouze jednou. V každém čísle je poslední strana rubriky věnována

článku s titulkem „*Jak na...*“, kde je vyfocena trenérka/cvičitelka v určitém cviku, zároveň je u toho nakreslené tělo v té dané pozici a zvýrazněné svaly, které cvičitel/ka zapojuje. Cvik je vždy hodně podrobně popsán v postupných krocích.

#### **7.4.1.1. *Trénink***

Podrubrika *Trénink* ukazuje různé formy tréninků celého těla, jde o články s fotografií, názvem cviku a textem pro vysvětlení, jak správně cvik udělat, jak dýchat, čemu se naopak vyvarovat. Čtenářku má seznámit s cviky a sestavit celý trénink. Letní číslo dokonce obsahuje tréninkový plán na celý týden. Často se v této podrubrice objeví i článek například s trendem ve cvičení. Přináší často jiný pohled na věc, jako například v zimních čísle, kde je článek *Holistický trénink*, ten poukazuje na to, že člověk, jakožto součást přírody, by měl v rámci tréninku pracovat na propojení mysli a těla. Nabízí tak pohled, jak na psychickou, tak i na fyzickou stránku člověka. Ze všech jedenácti čísel je možné si všimnout, že tady redakce dobře reaguje na roční období a počet zvýšených stran s přibližujícím se létem, využívá i na venkovní ukázky tréninků. Například červen obsahuje fotografický článek, kde se čtenářka dozví, jak cvičit venku na schodech.

V některých číslech se podrubrika *Trénink* vyskytne i vícekrát. V říjnovém vydání je do článku zařazeno cvičení s pomůckami, konkrétně s odporovými gumičkami. Opět je zde přesně a jasně popsáno, co má čtenářka udělat, jak cvik provést, kolikrát ho opakovat a jak správně dýchat. V květnovém čísle je *Trénink* zařazen do podrubriky *Portrét*, ve kterém je gymnastka Aneta Holasová. V tom stejném vydání je od redaktorky článek *Doma a naplno*, ten je zaměřený na to, jak doma získat motivaci při cvičení, což je, jak sdělila šéfredaktorka, reakce na koronavirovou pandemii.

Cviky uváděné v této podkategorii zvládne i začátečník, samozřejmě pro pokročilý to může být bráno jako udržování formy. Tréninky jsou navrženy podobně jako například studiové lekce, kterých se také účastní často jak začátečníci, tak i pokročilí.

#### **7.4.1.2. *Koučink***

Druhá nejčastější podrubrika, která se objevuje v časopise, je *Koučink*. Dalo by se říct, že články v této podrubrice jsou o určitém sportu, obsahují i návody na to, jak se danému sportu věnovat nebo rady čím se vybavit. Je to poměrně pestrá část, o které se nedá říct, že by měla určité schéma, což rozeberu v následujících příkladech.

Břežnové číslo je zaměřené na poměrně těžší variantu cvičení. Seznámení je zde se silovým tréninkem, ve kterém sportovkyně Lucie Minářová závodí. Popsáno je zde, jak tělo funguje při zvedání větších vah, a jak se navzájem ženy podporují na sociálních sítích skrze fotografie

a videa, které jsou přes Lucii Minářovou sdílené. Po článku následuje náročnější trénink se sérií fotografií. Vyobrazené jsou tady cviky s činkami a odporovými gumičkami.

V dubnovém čísle je v této podrubrice článek na téma *venkovní posilovna*, kde jsou popsány výhody cvičení venku na čerstvém vzduchu a na dalších stranách je fotografický návod na cviky, ke kterým stačí pouze lavička v parku. Tyto cviky jsou určeny i pro začátečníky, protože každý pohyb je podrobně rozebraný jak slovně, tak i na fotkách a není těžké daným cvikům porozumět nebo je provést.

Podrubrika *Koučink* v červnovém čísle je věnována článku o Nikole Noskové, která se letos chystá na olympijské hry v silniční cyklistice. Na dalších stranách se čtenářky dozví o cyklistickém slangu, jakou správnou stravu si vzít s sebou, jaké kolo si vybrat nebo jaké oblečení si pořídit.

V čísle červenec/srpen se například rozebírá letní triatlon, kde se na první straně čtenářky dozví všeobecné základy. Na další straně je sloupek „*Jak natrénovat na triatlon*“, ukázka tréninkového plánu pro běžkyni, na jaké chyby si dát pozor a čím se vybavit. Další dvě strany jsou věnovány rozhovoru s českou reprezentantkou v olympijském triatlonu Petrou Kuřínkovou.

Ve většině dalších čísel jde o podobný princip. Seznámení se sportem, osobnost, návod, „*jak na to*“ a v některých případech obsahuje článek trénink, který je stejně nafocený a popsán jako ty ze článků v podrubrice *Trénink*.

#### **7.4.1.3. Reportáž**

Podrubrika *Reportáže* obsahuje články od redaktorek, i šéfredaktorky, které zkusí různé oblasti sportu. Pro přiblížení je například v říjnovém čísle je článek o čtyřnásobném mistru světa v lezení Adamovi Ondrovi, se kterým šéfredaktorka strávila dva dny na skalách. Tady popisuje, jaké to na skalách bylo, co k tomu potřebovala, kam všude se podívala, jaký Adam Ondra je, jak trávil koronavirovou karanténu, nebo jak chce dál pokračovat v kariéře.

V listopadovém čísle 2020 redaktorka časopisu byla jeden den s biatlonistkou Markétou Davidovou. Tady autorka článku píše o tom, že se spolu potkávají na farmě Vyšehrad, protože má Markéta ráda koně, někdy tady na nich sama i jezdí, ale teď učí spíš děti. Dál s biatlonistkou probírá podrobněji její trénink, kdy a jak trénuje nebo na co se musí soustředit. Většinou si na reportáže časopis *Kondice* vybírá důležité osobnosti právě z určité oblasti sportu, kterému je článek věnovaný.

#### **7.4.1.4. Rozhovor**

Redakce *Kondice* si, stejně jako u reportáží, i v rozhovorech vybírá úspěšné osobnosti. V listopadovém čísle je to světová dálková rekordmanka v plavání, medailistka a „přemožitelka“ kanálu La Manche Yvetta Hlaváčová. V zářijovém čísle je Amálie Hilgertová, která je úspěšná ve vodním slalomu. Ve vydání červenec/srpen je Michaela Egarterová, první profesionální horská vůdkyně na severu Itálie. V tomto rozhovoru se redaktor ze začátku ptá na obecné informace, jako například jak se stala vůdkyní, jakou dobu trvají zkoušky a následují osobnější otázky - jak reagovali na to, že je žena, a to nejen zkoušející při zkouškách, ale i její klienti. Dále jsou v rozhovoru otázky jako například jaké má ambice nebo jak trávila karanténu.

V listopadovému vydání v rozhovoru s plavkyní Yvettou Hlaváčovou, jsou otázky hned v osobnějším stylu jako například, jestli chtěla plavat závodně ona sama nebo zda ji k tomu někdo přivedl, načež odpovídá, že z její hlavy to nebylo, spíše ji k tomu vedli rodiče. Na to autorka článku reaguje otázkou, jestli tedy jen poslouchala rodiče. V takovém duchu se dál rozhovor rozvíjí až po informace, proč skončila kariéru, jak teď bydlí nebo čemu se věnuje ve volném čase.

*„Rozhovory zařazujeme tak, aby byly aktuální. Například Lucie Výborná vydala knihu, proto jsem s ní udělala i rozhovor. Celkově reagujeme i na roční období,“* říká šéfredaktorka.

#### **7.4.1.5. Portrét**

*Portrét* má podobné schéma jako rozhovory s rozdílem, že v *Portrétu* je rozhovor přepsaný do článku s citacemi, a ne formou klasického rozhovoru. Opět přibližuje nějakou osobnost, většinou ženu, která dělá na profesionální úrovni nějaký sport. V čísle prosinec 2020/leden 2021 se čtenářky můžou i inspirovat od tanečnice Zuzany Herényiové, která poradí i 14 cviků k plotně, u kterých se čtenářky můžou protáhnout a zacvičit si. V květnovém čísle je portrét gymnastky Anety Holasové, ve kterém popisuje například, co za vlastnosti musí mít gymnastka nebo jak se vypořádává s uzavřením sportovišť. V tomto portrétu je následně zařazena podrubrika *Trénink*. Ve vydání červenec/srpen redakce uvedla tři sportovce, kteří se měli účastnit olympijských her v Tokiu, ty se přeložily z roku 2020 na rok 2021. Autorka článku se zaměřila na plavkyni Simonu Kubovou, maratonkyni Marcelu Joglovou a fleretistu Alexandera Choupenitcha, kterých se dotazovala, jak se vypořádávají s odkladem her a jak momentálně trénují a využívají volný čas.

#### **7.4.1.6. Pohyb**



Podrubrika *Pohyb* je pouze ve čtyřech číslech z jedenácti zkoumaných, ve dvou z nich je podobné schéma jako u podrubriky *Trénink* a jsou zde fotografie s popisem, jak daný cvik cvičit. Tato témata jsou v časopise zařazovány „náhodně“ a není v tom žádný systém. Spíš jde o to, co se zrovna do pravidelných rubrik hodí.

V zářijovém čísle je článek *10 cviků pro zdravé dítě*, který nabízí lehké protahovací cvičení pro děti, zejména ty v předškolním věku. Ve vydání prosinec 2020/leden 2021 se čtenářkám dostanou základní informace o skialpiningu - co si do začátku pořídit, jak postupovat, na co nezapomenout, poradí, kam se vydat nebo jak se obléct.

#### **7.4.2. Běhání**

Tato rubrika není obsáhlá v takovém měřítku jako rubrika *Trénink*. Má v průměru deset stran v každém čísle a neobsahuje žádné další pravidelné podrubriky až na výjimku, kterou je podrubrika *Výzva*. Ta je obsažená ve dvou vydáních – v listopadu a v prosinci 2020/lednu 2021. Ačkoli je i článek „*Rozběhni se s Craftem*“ v této podrubrice v říjnovém čísle a to hned za články z *Běhání*, není v obsahu zařazen, a tudíž spadá do volných článků v časopise.

Lednové vydání roku 2020 obsahuje také výjimečně i rozhovor. V tomto čísle se v rubrice *Běhání* nachází i fotografický článek, jak tomu bývá hlavně v rubrice *Trénink*. Rozhovor v téže čísle je s jógovou lektorkou, Zuzanou Klingrovou, se kterou *Kondice* spolupracuje ve více oblastech už od vzniku časopisu. Únorové číslo například obsahuje rady v článku „*Kdo maže, ten běží*“ ohledně mazacích krémů, dokonce i s testem určitých běžeckých krémů, které testovala redakce, aby předala recenzi čtenářkám. Za zmínku stojí i dubnové vydání, ve kterém je článek věnovaný běhání s kočárkem. V textu se čtenářky dozví, jaké kočárky jsou vhodné, jak správně běhat a jakým chybám se vyhnout. Následuje článek, ve kterém je předvedený jídelníček pro běžkyně. Konkrétně v článku uvádí, že je potřeba běhat ze začátku v pomalejším tempu, aby tělo zvládalo spalovat a běžkyně tak mohla hubnout. Dokonce zde radí, jak vyvážená by strava měla být, aby tělo mělo dostatek energie. Nejde pouze o ovoce a zeleninu, ale o vyváženou skladbu tuků, sacharidů, bílkovin a cukrů.

V čísle prosinec 2020/ leden 2021 se čtenářky mohou inspirovat tipy na vánoční dárky související s běháním v podrubrice *Inspirace*, která se objevila pouze jednou.

Celkově se rubrika *Běhání* zabývá radami, jak a správně běhat, co udělat, aby čtenářky, které chtějí začít, měly správnou stravu pro energii, dobře vybranou obuv a další. Nejsou to články, které by nutily čtenářky běhat, zaměřují se spíš na to, jak zvládnout vytrvat, jak začít, co a hlavně, kdy jíst, aby tělo mělo energii, a jakým chybám se vyvarovat.

### 7.4.3. Jídlo

Rubrika *Jídlo* obsahuje zpravidla recepty, informace o různých potravinách nebo porovnávání „zdravých“ a „nezdravých“ variant například sladidel. V této rubrice čtenářky najdou spíše bezmasá jídla, ne úplně veganská, spíše vegetariánská. Pouze v jednom čísle, a to v říjnovém, je článek o zvěřině a jak ji zpracovat. Jinak jsou recepty a jídla na které autorky odkazují spíše bezmasá. Šéfredaktorka sdělila, že hlavním důvodem bezmasé stravy, která v časopise převládá, je, aby čtenářkám ukázali, že i bez masa se dá vařit zajímavě. Často redakce pracuje se sezónními potravinami nebo reaguje na určité období jako například článek v červnovém vydání, který se zaměřuje na piknik. V zářijovém čísle si čtenářky mohou přečíst na jaké možné způsoby zpracovat dýně nebo ve vydání prosinec 2020/leden 2021 jsou tipy na drinky, které zahřejí.

Je zde určité schéma, které se opakovalo ve všech zkoumaných číslech až na jedno vydání. Na úvodní dvojstránce je článek a reklama na nějaký výrobek, který má čtenářkám pomoci s potravinami. Většinou jde v těchto reklamách o mixéry, sklenice na kvašení potravin nebo také na časopisy se specializací na jídlo. Na dalších dvou stranách je článek o potravině. Doplněny jsou informace jako třeba, k čemu slouží, jak ji zpracovat a také jsou zde recepty z popisované potraviny. Další strany bývají různorodé.

Konkrétně v květnovém čísle je struktura této rubriky následující: první strana je věnovaná potravině - v tomto čísle jde o rebarboru. Na úvodní straně se čtenářky dočtou základní informace a na další jsou už recepty. Přesněji na rebarborový koláč ze špaldové mouky a rebarborovou marmeládu.

Následujícím článkem „*jaro bez masa*“, se snaží autorka vysvětlit, že i bezmasá strava dokáže být pestrá a jde nahradit bílkoviny, které někteří mylně hledají pouze v masu, vejcích nebo mléčných výrobcích. V článku je také část věnovaná tomu, co by vegani/vegetariáni měli jíst, aby si doplnili vitamíny, jód, železo a další tělu potřebné látky. Následující recepty jsou odkazem na veganskou stravu a nabízí dýňové brownies, knedlíčky se špenátem a zeleninový koláč. Vše z rostlinných ingrediencí.

Celkově jsou recepty z dobře dostupných surovin. Nedá se říct, že by všechny ingredience použité v receptech byly drahé a špatně dostupné, ale je dost možné, že některé suroviny průměrná čtenářka doma mít běžně nemusí jako například parmazán, který je obecně dražší sýr, kokosový olej, pohanková mouka, rýžová smetana a další. Na druhou stranu jsou zde i recepty z běžných surovin jako například brambory, mrkev a vejce.

Průměrně má tato rubrika 8-10 stran, kromě říjnového čísla, kde jsou pouze dvě strany v této rubrice a z toho jedna strana je reklama. „*Od ledna letošního roku jsme přidali nové pravidelné*

rubriky do této sekce. Ted jsme měli například seriál o snídaních, obědech, večeřích, svačinách. Míváme tam zařazené fotostory receptů. Chceme, aby jídla byla zdravá, výživná a zajímavá. Často se vztahují k nějakému tématu, nejčastěji k výživě při sportu, hubnutí, běhání atd,“ sdělila šéfredaktorka.

#### **7.4.4. Zdraví**

Rubrika *Zdraví* je další poměrně obsáhlou částí časopisu. Ve zkoumaných číslech se pohybuje od šestnácti do dvaceti stran a je tak zároveň s rubrikou *Trénink* nejobsáhlejší. Na rozdíl od některých rubrik je možné tuhle rozdělit ještě na další pravidelně se opakující podrubriky. Schéma této části časopisu je hodně podobné v každém čísle. Až na tři výjimky, a těmi jsou podrubriky *Ortopedie*, *Zdraví*, *Řízený půst*. Z každé této podrubriky se články objevily pouze jednou ve zkoumaných číslech. V podkapitolách rozeberu pravidelné podrubriky podrobněji.

##### **7.4.4.1. Zdravé novinky**

První dvoustrana rubriky *Zdraví* se pravidelně v každém čísle věnuje zdravým novinkám, které redakce na těchto stranách představí na pár řádcích. Obsahuje několik okének s novinkami a všeobecnými informacemi o zdraví. Většinou jde o novinky ze světa a domova, ankety, nové technologie pomáhající ke zdraví, vyjádření k určitým situacím od odborníků z různých odvětví jako jsou bylinkářky, zdravotníci, výživových poradkyň a další.

Například v březnovém čísle je odstavec „*krize vrcholí před padesátkou*,“ ve kterém je vysvětleno, že krize středního věku ve vyspělých zemích podle sesbíraných dat je mezi 47. a 48. rokem. Tuto studii vedl profesor ekonomie David Blanchflower z americké Dartmouth Collage. Dalším odstavcem vedle tohoto je „*méně omezení pro cukrovkáře*“. Ten popisuje nové senzory pro diabetiky, které vydrží zhruba půl roku a jsou zcela skryté pod kůží.

Květnové číslo loňského roku reaguje na koronavirovou pandemii a ve *Zdravých novinkách* je odstavec s titulkem: „*kvůli viru hrozí nedostatek kondomů*“ a „*místo čoček raději brýle*,“ který nabádá lidi nosit raději brýle, protože je to podle přednosta sítě očních klinik Gemini Pavla Stodůlka hygieničtější než si sahat do oka. Dává v tomto odstavci návod, jak správně s čočkami zacházet a jak zabránit tomu, aby si lidé sahal do oka. Zato zavádějící titulek „*kvůli viru hrozí nedostatek kondomů*“ odkazuje na text, který pojednává o tom, že v karanténě kondomy lidé nejen více spotřebovávají, ale hlavně byl desetidenní výpadek továrny Karez Bhd, která stojí za pětinou světové produkce. Na půlce druhé strany je část pro inzerci.

Dále *Anketa* je zaměřená na témata, ke kterým se vyjadřují odborníci za dvě skupiny, a to zástupci medicíny a zástupci alternativních směrů. Většinou jsou jejich názory ale shodné

a maximálně se doplňují. V některých číslech jsou ale názory jen od jednoho odborníka ne od dvou.

Například v dubnovém čísle, kde se k tématu „*Jak bojujete s jarní únavou?*“ vyjadřuje Martin Nouza za Centrum klinické imunologie v Praze a na druhé straně Adriana Chytilová, která se zabývá psychosomatikou. Martin Nouza říká, že je potřeba při jarní únavě upravit stravu, doporučuje nějaké bylinky, které by měly pomoci a které on sám užívá. Dále říká, že drží masopust, doporučuje dostatek spánku, přípravky s ženšenovým extraktem a vitamin C a E. Což není úplně v rozporu s tím, co tvrdí Adriana Chytilová, která se také zmiňuje o odlehčení stravy, což u ní konkrétně znamená například vysadit cukr, lepek, mléko anebo jednodenní půst. Dál doporučuje vitamin C a E, přípravky obsahující železo, dostatek spánku a minimálně třicet minut venku na čerstvém vzduchu procházkovým tempem nebo během. Dalším příkladem uvedu červnové číslo, kde se řeší, jak správně pečovat o nohy v létě. K tématu se vyjádřil Jaroslav Fešar, prezident České podologické společnosti a Jitka Širmanová, podiatrička pracující pro projekt Zdravá noha. Jaroslav Fešar dává návod, jak správně o pokožku na nohou pečovat, chránit a jak ji hydratovat, Naopak Jitka Širmanová nabádá k chůzi naboso v lese nebo parku. Dál zmiňuje, že je dobré osvěžení vodou. To je příklad, kde se dva názory poměrně liší a dávají jiné rady a tipy. Šéfredaktorka Kondice sdělila, že hlavním účelem této sekce je inspirace, podívat se na problém z více stran.

#### **7.4.4.2. *Bylinka měsíce***

Další pravidelnou podrubrikou, která je v každém vydání je *Bylinka měsíce*. Tato podrubrika obsahuje jednu stranu, na které jsou podrobné informace o vybrané bylince. Jak se užívá, co z ní jde vytvořit, zajímavosti, účinky, něco o její historii, čemu by se čtenářky měly vyvarovat, tipy bylinkářek a další. Například v březnovém čísle si čtenářky mohou přečíst informace o česneku medvědí, o který je v posledních letech zájem, díky sociálním sítím, ty ho totiž podle autorky článku proslavily. Jsou zde informace o tom, kde a kdy ho najít, na co si dát pozor, jaké je využití, zajímavosti o této rostlince a účinky. Tip je v tomto článku od Ondřeje a Lucie Synkových, kteří mají web přímo o medvědí česneku a dávají další rady, jak udělat medvědí tinkturu.

V říjnovém čísle je například bylinkou měsíce Kozlík lékařský. Opět jsou v článku obsaženy informace, kde ho hledat, jak ho zpracovat a co přesně z něj použít. Tip je tady tentokrát od bylinkáře. Se stejným schématem jsou zpracované i další bylinky v ostatních číslech. Šéfredaktorka řekla, že bylinky a zdravý životní styl k sobě patří, a proto je tahle rubrika součástí časopisu.

#### 7.4.4.3. *Téma*

Po *Bylince měsíce* jsou větší a hlubší články v podrubrice *Téma*. V některých číslech následuje podrubrika *Rozhovor*, na tu se ale zaměřím až v další kapitole. *Téma* je podrubrika, která se objevuje často i dvakrát v rubrice *Zdraví*, dalo by se říct, že jde většinou o podobná témata jako například ve vydání červenec/srpen, kde je prvním článkem „*Mýty o vagině*“ a následuje článek taktéž v podrubrice *Téma* s názvem „*Hormony, poslové pokroku*“. Jde tedy o úzce spjatá a podobná témata navazující na sebe. Zabývají se problematikou do větší hloubky. Často se zde objevují témata na bylinné a homeopatické léčení, čtenářky se tedy díky článkům dozví více o přírodní léčbě.

V červnovém čísle se ve dvou článcích, opět pod stejnou podrubrikou řeší spánek. První článek je delší a zahrnuje citace a odkazy na různé studie. Například Světová zdravotnická organizace (WHO) poslední roky nazvala jako pandemií nedostatku spánku napříč průmyslovými zeměmi, protože lidé mají špatné spánkové návyky. V článku se celkově čtenářky dozví o důležitosti spánku. „*Všichni se honíme za zdravým životním stylem, ale místo dostatečného kvalitního spánku si dopřáváme litry kávy, které mají ošálit náš unavený organismus,*“ uvádí zde redaktora Iva Vokurková. Dalším a navazujícím článkem od stejné redaktorky je souhrn bodů, které doporučuje do budoucna spánkový kouč Matthew Walker. Zahrnuje to například spánkový bonus, který by zaměstnanec dostával za množství prospaných hodin měřených třeba aplikací. Dále například myslel i na děti, kterým by doporučil chodit do školy na 8:30, aby mohly déle spát, což by mělo pozitivní dopad na prospěch i chování.

#### 7.4.4.4. *Rozhovor*

Rozhovory často navazují na články z předchozí podrubriky, jako je tomu například v čísle červenec/ srpen, kde, jak jsem psala již v předchozí kapitole, se v podrubrice *Téma* řešily hormony a hned v dalším článku, který už patří mezi rozhovory, je interview s endokrinoložkou Martou Šnajderovou „*Někdy se hormony zblázní*“. V tomto případě jde o článek, ve kterém paní Šnajderová popisuje jevy, jako například když čtyřleté holčičky už měly menstruaci anebo čtyřletí chlapci, kteří mají pohlavní orgány vyvinuté jako dospělý muž. V tomto rozhovoru sdílí informace o minipubertě, která má právě takové úkazy na svědomí.

V listopadovém čísle je rozhovor s dětským obezitologem Zlatkem Marinovem. V článku se čtenářky dozví, jaké jsou třeba faktory obezity, jak se jí nějakým způsobem vyvarovat, a také zde popisuje, co je zdravý životní styl. Podle slov Marina je zdravý životní styl soubor opatření, která umožní ve zdraví přežít rozvoj a výtobytky civilizace. Podle něj totiž ještě lidstvo nezakomponovalo do genetického programu energetické homeostázy fakt, že máme

jídlo pořád na dosah, čemuž tak v dřívější době nebylo, protože v historii člověk počítal s tím, že jídla, respektive potraviny, je nedostatek.

A kromě doktorů je například v únorovém čísle rozhovor s vedoucí národní linky pro odvykání Kristýnou Fišerovou. Časopis tímto rozhovorem reaguje zejména na „suchej únor“, což je populární kampaň fungující od roku 2012, kdy člověk během února nepije alkohol. V tomto rozhovoru se čtenářky dozví o tom, jak je to v Česku se závislostí na alkoholu, jak se projevuje, proč alkohol vůbec pijeme, co mladí lidé a alkoholické nápoje a další informace týkající se tématu alkoholu a zavislosti na něm.

Časopis má tedy často dané určité téma, na které se zaměří a řeší ho napříč několika rubrikami/podrubrikami, což čtenářce dá více úhlů pohledů na věc a také přinese značné množství informací. *„Někdy máme zajímavé téma, které se dá rozebrat z vícero stran, pak se do toho rády pustíme a uděláme větší téma,“* řekla šéfredaktorka. Není to ale pravidlem a v několika vydáních tyto články nemají návaznost.

#### **7.4.4.5. Příběh**

Podrubrika *Příběh* obsahuje většinou příběhy lidí, kteří trpí například nějakou poruchou, mají v rodině hendikepované dítě nebo prodělali rakovinu. Jde o citově silné příběhy, kde zpravidla zasažená rodina/člověk popisuje, co se stalo, jak se s danou situací vypořádal nebo stále vypořádává.

Například v únorovém čísle je konkrétně článek *„Narodit se o tři měsíce dříve,“* který pojednává o dvojčatech, která se narodila o tři měsíce dřív. Novorozené holčičky musely být v inkubátoru, jedna z nich si vedla lépe, ale nakonec prodělala krvácení do mozku. Dvojčata mají dvanáct let a jedna z nich téměř nevidí, se sluchem jí musí pomáhat kochleární implantát, nemůže pořádně mluvit a chodí pouze s pořádnou oporou, jinak je na vozíčku. V článku jsou výpovědi maminky dvojčat, kde popisuje vzpomínky od těhotenství po současnost.

Dalším příběhem je například v dubnovém čísle o jedenáctileté Alex, která má těžké postižení pohybového aparátu včetně páteře, a přitom pravidelně trénuje na paralympiádu na handbiku, na kterou by chtěla v roce 2024 jet do Paříže.

*„Máme rozhozené sítě, podobné příběhy si hlídáme a pak lidi, většinou ženy, oslovujeme. Jsou to velmi silné příběhy, sama jsem jich pár napsala a ty ženy mají můj velký obdiv. Mě osobně na nich fascinuje, jak se dokázaly se situací vypořádat. To je asi hlavní poselství těchto příběhů,“* popisuje šéfredaktorka.

#### **7.4.4.6. 1 problém, 4 řešení**

Pravidelná podrubrika, která se nachází na poslední straně rubriky *Zdraví*. Jsou zde popsány čtyři možnosti, jak vyřešit určitý problém. Například v lednovém vydání 2020 se konkrétně řeší problém zablokovaných zad. Autorka článku popíše čtenářkám čtyři možnosti, kde rozřadí, jak na tom s blokací zad jsou. Tyto problematiky více popsala a ke každé napsala i doporučení, co mají čtenářky vyzkoušet. V červnovém vydání je tématem vypadávání vlasů a opět autorka radí, jak na konkrétní čtyři problémy- jestli čtenářku trápí spíš vlasová pokožka nebo třeba vypadávající vlasy bez zjevného důvodu. Únorové vydání je zase například zaměřeno na plíseň na nohou a opět čtyři různé příčiny, které mohou čtenářky trápit a čtyři odpovědi, co s tím.

Takový koncept se opakuje v každém čísle, ale s jiným zaměřením. Podle slov Michaely Bučkové se tyto články probírají s odborníky, jen není prostor na jejich citaci, protože jak jsem již zmiňovala na začátku, jde pouze o jednu stranu z časopisu.

#### **7.4.5. Beauty**

Rubrika *Beauty* je na osmi až deseti stránkách časopisu. Ve zkoumaných číslech se v této rubrice nachází určité opakující se témata, které jsou jako podrubriky. Jedná se o *Péči*, *Make-up* a *Trend*. Nejsou zpravidla v každém čísle obsaženy všechny, ale střídají se.

Rubrika *Beauty* má pravidelně na první dvojstraně doporučené produkty týkající se například péče o tělo, make-upu a dalších. Většinou je sedm takových produktů v každém čísle. Cenové rozpětí doporučených produktů není striktně dané, jak mi sdělila šéfredaktorka.

##### **7.4.5.1. Péče**

Podrubrika *Péče* je poměrně rozsáhlá. Jako v předchozích rubrikách jde vidět, že redakce bere v potaz potřeby čtenářek v určitých ročních obdobích. Červnové číslo například obsahuje články zabývající se opalovacími krémy a radami, jak se před sluníčkem chránit. Naopak v listopadovém, a i v lednovém vydání řeší redakce problematiku suchých rukou s přicházející zimou. V tom lednovém se ještě zaměřují na hydrataci rtů a čtenářkám doporučují různé produkty. Například v červnovém vydání se článek zaměřuje na oči, protože, jak autorka uvádí hned v úvodu: „oči byly prakticky tím jediným, co z nás pod rouškou bylo vidět.“ Konkrétněji se článek zaměřuje na to, jak oči rozzářit, jaké produkty používat a jak se starat o oční okolí. Celkově se tato podrubrika zabývá produkty, radami a tipy pro čtenářky v rámci péče o tělo.

##### **7.4.5.2. Trend**

Podrubrika *Trend* reaguje na určité trendy ve světě. Jako příklad jsem si vzala květnové číslo, ve kterém je článek „*Krása bez obalu*“, v němž se čtenářky mohou dozvědět o takzvané bezobalové kosmetice, což jsou kosmetické produkty jako například mýdlo, šampóny a další, které se prodávají bez obalu, tudíž spotřebitel šetří životní prostředí. To je v posledních letech časté téma v médiích i na sociálních sítích a proto zájem o produkty, které by šetřily životní prostředí roste. Dalším příkladem, na kterém jsem chtěla poukázat na objevující se trendy v této podrubrice je článek ze zářijového čísla o „*konopné revoluci*“. Tento článek je o produktech na konopné bázi. Konopí je v posledních měsících hodně propagováno například na instagramových profilech ve formách tzv. CBD kapek, ty mají odbourávat stres nebo napomáhat při poruchách spánku. Tento článek odkazuje na několik údajných výhod při používání konopných výrobků a propaguje tak „trend“. Dalším článkem pro příklad může být „*Ohnivě červený prstoklad*“ z únorového čísla, který poukazuje na klasiku a tou jsou červené/rudé nehty, což může být bráno, jako trend, který nevymizel. Článek dá čtenářkám návod, jak si udělat manikúru a co konkrétně použít.

#### **7.4.5.3. Make-up**

V podrubrice o make-upu jsou články s podobným principem, jako v *Trendu*. Hned několik článků se zabývá nějakým typem sportu a doporučenými produkty k němu. Například v říjnovém čísle je článek s názvem „*Víla na trati*“, který je o líčení pro běžkyně. Respektive zde autorka dává rady o tom, co je a není při běhu potřeba a jak plet, konkrétně při běhání, funguje. Stejný typ článků se nachází i v jiných číslech, například ve vydání červenec/srpen je o cyklistice. Jaké produkty zvolit a čemu se naopak vyvarovat.

Není to jediný styl článků v této podrubrice. Jsou i takové, které se zabývají jen produkty, například jen samotnými korektory v březnovém čísle, kde redaktorka udělala test různých korektorů a porovnála je mezi sebou.

#### **7.4.6. Psychologie**

Rubrika *Psychologie* zabírá v rozhraní průměrně šest až osm stran z časopisu. Dubnové vydání z roku 2020 mělo tedy stran dvanáct, ale to ze všech zkoumaných byla jediná výjimka. Kromě rozhovoru, který se v této rubrice několikrát objevil, nemá žádné pravidelné podrubriky, Všeobecně se *Psychologie* zabývá, jak je zjevné z názvu, psychologii člověka. „*Většinu témat píšou Iva Vokurková a Dominika Rýparová, nebo Bára Postránecká z Glancu. Jsou to skvělé novinářky, umí se zeptat, umí jít pod povrch problémů,*“ řekla šéfredaktorka Kondice.

Co se týká psychologie, jsou články poměrně různorodé. Květnové číslo v úvodním článku v této rubrice poukazuje na plusy karantény, která zasáhla kvůli pandemii, celý svět.



Článek nese název „*Karanténa jako restart*,“ kde se vyjadřuje i terapeutka Kateřina Kolářová o tom, jak lidé začali cvičit, běhat, přehodnocovat vztahy, věnovat se sami sobě a svým emocím a také dává několik rad, jak se nezbláznit a hledat spíš pozitiva na tom, že se svět „zastavil“.

Naopak dalším článkem ve stejném čísle je „*Bývalý, moje třináctá komnata*“, což je úplně jiné téma. Tento článek vypráví příběh paní, která měla za přítele nebezpečného muže a ukazují čtenářkám jakýsi návod, jak z takového vztahu ven. Díky autentičnosti takových článků je čtenářky mohou lépe zpracovat a číst si tak reálné příběhy.

Často se v rubrice *Psychologie* objevují rozhovory s odborníky v této oblasti. Mimo psychologů a psychoanalytiků je například v únorovém čísle 2020 rozhovor s neurologem Martinem J. Stránským, který popisuje, jak funguje ženský mozek při zamilovanosti a jak je v tomto případě odlišný od toho mužského. V říjnovém čísle si čtenářky mohou přečíst článek „*Sebevědomí ve výstřihu*,“ kde se kromě plastického chirurga Jana Měšťáka, vyjadřují i čtenářky a terapeutka Kateřina Kolářová. V článku jde zejména o to, že pokud žena chce podstoupit plastickou operaci prsou kvůli sebevědomí, měla by si tím být jistá. V tomto článku se tak čtenářkám dostane spousty informací z různých oblastí, a to z doktorské a terapeutické, a ještě z pohledu několika žen, které operaci podstoupily.

#### **7.4.7. Cestování**

*Cestování* je v časopise většinou na dvě až čtyři strany a jde tedy o nejkratší rubriku, která dá čtenářkám tipy a inspiraci nejen na cestování, jak po Čechách, ale i po světě. Objevují se zde i tipy na různé zážitky, často testované a zažité přímo šéfredaktorkou *Kondice*. Mezi takové zážitky patří třeba „*Noc tuleních pásů*“, největší skialpový závod ve střední Evropě v Peci pod Sněžkou, o kterém píše své dojmy a zážitky Michaela Bučková v lednovém čísle. Celé lednové číslo se v této rubrice zabývá horami, a to v Itálii, na Slovensku a již ve zmíněné Peci pod Sněžkou.

Zimní vydání se zaměřují spíše na aktivity a cestování po horách. Únorové číslo však vyšlo s cílem dát a možná i inspirovat tzv. sólo cestovatelky. První článek „*Sama na cestách: těžce návykové*“ je inspirativní článek od cestovatelky, která jezdí po světě sama. Článek je plný rad a tipů, co všechno musí čtenářka udělat, aby se odhodlala a začala sama cestovat. Na to navazuje i další článek od stejné cestovatelky s tipy na místa, kam se vydat podle toho, jak je čtenářka v oblasti sólo cestování pokročilá.

Ve většině případů se články odvíjí od ročního období. Na jaře a v létě se zabývají, kam vyrazit na kolech, k moři nebo kam prozkoumat novou kulturu. A s přicházející zimou se zaměřují na hory a lyže. Některé tipy jsou spíše pro zdatné sportovce nebo odvážlivější čtenářky, které

se nebojí šplhat po skalách. Naopak v některých číslech jsou tipy na výlety mnohem oddychovější a spíš rodinného rázu.

## **7.5. Nezařazené články/ rubriky**

V této kapitole obecně popíšu kategorie článků nebo rubrik, které nejsou zmíněny v obsahu časopisu, a tudíž nespádají pod žádnou z hlavních rubrik. Přesto se často nebo i pravidelně v časopise objevují.

### **7.5.1. Jóga**

Ačkoli v některých případech byla jóga zařazena do obsahu, z většiny byla mimo hlavní rubriky. Jedná se o nějakou lekci jógy, o které se čtenářky dozví jak teoreticky, tak i prakticky. Nejvíce informací je v těchto článcích od lektorky jógy Zuzany Klingrové. S tou Kondice spolupracuje podle slov šéfredaktory již od vzniku časopisu.

Články jsou doplněny fotografiemi s cviky a popisky, jak danou pozici provádět a prodýchat. V únorovém čísle je i test/kvíz „*Jaká dóša jste?*“ kde se čtenářka na základě 29 otázek dozví, jaká je dóša. Dóša znamená energetický princip, který je podle ájurvedy, v každém z nás a v každém převažuje jeden ze tří možných.

### **7.5.2. Fashion**

Rubrika *Fashion* se ve zkoumaných číslech neobjevila moc často. Není zařazena ani do jedné rubriky. „*Na této rubrice spolupracujeme s kolegyněmi z časopisu Glanc. Není v tom žádná pravidelnost,*“ sdělila šéfredaktorka.

V únorovém čísle jsou například vyfocené modely na modelce zakomponované do valentýnské tematiky, takže jde spíš o spodní prádlo v červených barvách. V listopadovém čísle jsou hlavním předmětem kabátka a saka a v dubnovém naopak oblečení na jaro/léto.

Vizuálně vypadají tyto sekce podobně jako v módních časopisech, velké fotografie modelek s malým popiskem, který dá čtenářkám informace o oblečení a doplňcích, které má modelka na sobě.

### **7.5.3. Strong girl**

Každé číslo je zakončené stranou, která nese název *Strong girl*. V překladu „silná dívka“. Jak už název vypovídá, tato strana je o ženě/slečně, která má nějaký příběh týkající se sportu skloubeného s prací a domácností „*Tyto ženy nám moc do redakce nepišou. Díváme se spíš kolem sebe a máme rozhozené sítě,*“ řekla šéfredaktorka.

Je to strana věnovaná pracujícím ženám, které zvládají svoji práci, rodinu a do toho ještě sport, často na velmi dobré úrovni nebo i závodně. Stránka je rozdělena na pět částí, díky kterým se

má čtenářka dozvědět základní informace z dotazovaných oblastí života určité ženy. Těmi částmi jsou nejčastěji: Můj pohyb/trénink, moje jídlo, moje práce, můj život, moje já. Ve vydání červenec/srpen je například touto „strong girl“ třiceti šestiletá Simona Rinková, která pracuje ve finanční instituci, zvládá péči o dceru a zároveň vyniká a sbírá medaile v bojovém sportu jiu-jitsu. Popisuje v článku, jak vypadá její program a jak se stravuje. Lednové číslo je o výkonné ředitelce českého svazu pivovarů Martině Ferencové, které je čtyřicet tři let. Kromě její práce se aktivně věnuje i sportu, konkrétně józe, posilovně a běhu a pravidelně se účastní maratonů.

## **7.6. Reklamy v Kondici**

„Máme inzery, se kterými dlouhodobě spolupracujeme – ať už ze sportovního tak kosmetického odvětví, automobilky,“ řekla šéfredaktora. V časopise se za články často objevují reklamy na věci spojené s článkem, takže je vidět určitá návaznost. Záměr si čtenářka může vyložit i tak, že článek ji má navnadit ke koupi konkrétního oblečení nebo doplňků. V některých případech je reklama na produkty zařazena přímo ve člancích.

## **7.7. Speciální vydání**

Ačkoli jsou všechna vydání zakončena *Strong girl*, tak dvě ze zkoumaných čísel pokračují dále speciálem. První z nich je v čísle červenec/srpen a nese název: „*tipy pro vaše nejlepší léto*“. Má 22 stran, na kterých jsou tipy a výlety a dále hlavně na produkty, které se mohou čtenářkám v létě hodit.

Dalším speciálem v časopisu je *Eko a styl* v listopadovém vydání. Ten má 30 stran a co se týká článků, je více propracovaný než ten předchozí. Obsahuje doporučené produkty k zakoupení přímo v člancích. Autorka speciálu představuje hlavně nápady a rady, jak žít úsporněji a šetrněji život vůči přírodě.

„*Eko speciál* byla novinka, *letní speciál* vychází v létě. *Jedná se o inzertní projekty doplněné redakčními texty*,“ vyjádřila se šéfredaktorka Kondice Michaela Bučková ke speciálům v časopisech.

Kromě toho vychází i další speciály, které se prodávají zvlášť. „*Míváme pět až šest speciálů ročně. Jógový vychází dvakrát do roka. Běžec ký jednou. Jeden bývá medicínský. Letos jsme měli speciál Jarní restart*,“ sdělila Michaela Bučková.

## **7.8. Fungování redakce**

V redakci *Kondice* má šéfredaktorka Michaela Bučková tým sedmi novinářek. Některé se specializují na sport, jiné na zdraví a psychologii, jídlo nebo jógu. K týmu patří i další externisté

kterým články vychází, když se ozvou se zajímavým tématem. Na pravidelných poradách se redakce domlouvá, co bude v dalším čísle a témata posílají redaktorky v průběhu celého měsíce. Někdy se podle slov šéfredaktorky stalo i to, že externista poslal článek, který neodpovídal představám, takže ho nezařadili. *Kondice* si tak podle šéfredaktorky vybírá pečlivě témata, která svým čtenářkám předají. Berou ohled i na dopad, který článek na čtenářku může mít.

Šéfredaktorka v redakci bývá momentálně kvůli koronavirové pandemii zhruba jedenkrát do týdne, dříve to byly spíš tři až čtyři dny v týdnu. V tiskárně potom tráví i tři pracovní dny a v době uzávěrky se její pracovní doba natáhne i na patnáct hodin denně.

Ve výběru článků se podle šéfredaktorky v redakci hodně klade důraz na „sezonnost“ – aby se jednalo o aktuální témata, sporty, které je možné právě provozovat, sezonní bylinky, potraviny apod. Ve zdraví a psychologii sledují také aktuální témata, o kterých se ve společnosti momentálně mluví. Jógu podle šéfredaktorky zařazují ale vždy, když je možnost, protože je to oblíbené téma.

Když autorka odevzdá vybrané téma, dostane se do rukou editorky Lenky Lysoňkové. V případě, že se jedná o nějaké těžší téma, probírá šéfredaktorka s editorkou, zda je třeba něco doplnit, celkově si obsáhlejší témata podle jejího vyjádření pečlivě hlídají. Redaktorky a externisti jsou podle slov šéfredaktorky však dost zkušení.

Pak článek dostává grafik, který ho zalomí, zalomený text čte korektor. Pak si ho ještě šéfredaktorka vytiskne a pozorně čte a hlídá i grafické věci okolo článků. Říká, že jen výjimečně žádá o doplnění nějakých informací.

*„V médiích pracuji 23 let, novinářinu miluji, ráda dělám rozhovory, píšu reportáže. Nenechám si ujít příležitost potkat se s někým zajímavým,“* dodává šéfredaktorka, která je sama autorkou několika článků ve vydaných číslech.

## **7.9. Videoportál Kondice.cz**

Na Kondice.cz si zájemci mohou koupit členství, díky kterému následně budou mít přístup k videím, lekcím, dalším článkům nebo i audiočlánkům. Články jsou zaměřené na podobná témata jako jsou v časopise, takže zde čtenářky najdou psychologii, zdraví a další.

*„Videoportál má svou šéfredaktorku, fungujeme vedle sebe jako samostatné projekty. Nicméně docela úzce spolupracujeme. Videoportál má sice paywall, ale myslím, že se to vyplatí, zejména v dnešní době. Sama podle Kondice.cz cvičím a vím, že lekce jsou velmi dobře vedené. Najdu tam vše – od protažení krční páteře, protažení unavených nohou z kola až po pořádný trénink s naší Lu Gregorovo,“* popsala šéfredaktorka Michaela Bučková tento projekt.

## Shrnutí

Obraz zdravého životního stylu v časopise *Kondice* se prolíná téměř v každé rubrice. Zaměřuje se jak na fyzickou, tak i psychickou stránku zdraví. Podle teoretické části jsou fyzické zdraví a prevence, správná strava a duševní rovnováha nejdůležitější aspekty pro zdravý životní styl, a právě tyto aspekty jsou v časopise obsaženy.

Časopis je silně strukturovaný a jde vidět, že se určitá schémata opakují a témata s určitou problematikou se často rozvíjejí v několika číslech.

## Sport a pohyb

Sport, obsažen v rubrikách *Trénink*, *Běhání* a částečně i v *Cestování*, je určen pro sportovkyně všech úrovní. Tělesná váha v časopise nehraje velkou roli. Články neradí, jak zhubnout, ale spíš, jak tělu dodat správný pohyb a živiny, které potřebuje, aby dobře fungovalo.

Jsou zastoupeny všechny druhy tréninků - z větší části s vlastní vahou zvládnutelné doma, méně jsou zde s lehčími pomůckami jako jsou odporové gumy a nejméně zastoupeny jsou silové tréninky s činkami.

Co se týče běhání, nezkušené čtenářky se v článkách dozví, jaké vybavení si koupit, a jak začít. Pokročilejší čtenářky si mohou naopak doplnit informace o tom, jak uběhnout delší vzdálenosti nebo jaké novinky v rámci technologií a oblečení si pořídit. Také skrze články redakce odkazuje na to, že by tělo mělo dostávat správnou stravu, aby mělo energii, a proto v sekci běhání čtenářky zjistí, jaké jídlo zařazovat do jídelníčku.

Často jsou v rubrice *Běhání* nabízené produkty, které si čtenářka může pořídit k běhání. Nejčastěji jsou to fitness hodinky, sluchátka, boty a oblečení. Nejde většinou o drahé pomůcky, cenová kategorie těchto produktů je průměrná.

V rubrice *Cestování* jsou ve větší míře zobrazeny kromě cestovatelských tipů i adrenalinové a náročnější sporty. V zimních vydáních jde většinou o sporty jako je skialpinismus a lyžování. V letních měsících cyklistika a lezení po skalách.

V konečném zhodnocení, co se týče sportovní stránky *Kondice*, jde o časopis, ve kterém jsou sporty a tréninky určené pro sportovkyně všech úrovní a jsou rozděleny tak, aby je čtenářka mohla provádět v určitém ročním období.

Dalším bodem, který stojí za zmínku je *Jóga*, kterou podle slov šéfredaktorky zařazují vždy když je možnost. Redakce spolupracuje již od založení se Zuzanou Klingorovou, která patří mezi přední české instruktory jógy. *Kondice* mívá i speciály, konkrétně jógové vycházejí dvakrát ročně.

## **Jídlo**

Podle Krause a Poláčkové, jak je napsáno v teoretické části, je životospráva s racionální výživou nezbytná k zachování zdraví a tělesné i duševní formy a k zvládnání náročných životních situací.<sup>41</sup> Jídlo celkově v *Kondici* je obsaženo ve dvou rubrikách. V předchozí části je zmíněno, že se objevuje i v rubrice *Běhání* v kontextu zařazení stravy pro běžce. Nejde o rady typu, že by měly držet diety, naopak radí, že tuky, cukry, bílkoviny a sacharidy by měly být v jídle obsaženy a jakým způsobem si sestavit vyvážený jídelníček.

Nejvíce je strava probíraná přímo v rubrice *Jídlo*. Pracuje se zde se sezonními potravinami, které jsou zrovna lépe dostupné. V jedenácti zkoumaných číslech je pouze v jednom masitá strava, jinak z největší části je zastoupená vegetariánská a veganská. Podle vyjádření šéfredaktorky jde o princip, jakým chtějí ukázat, že i bez masa se dá dobře uvařit a samotné maso se dá nahradit jinými surovinami. Čtenářkám je jídlo podáváno jako zdroj energie, který by neměly vynechávat nebo se mu bránit. V časopise se celkově moc neodkazují na detoxy, diety a další „triky“, které se často na sociálních sítích objevují jako rady pro hubnutí. Naopak podporují spíš stravu, která je vyvážená a není ochuzená o žádné živiny. Radí, co jíst například v jarních měsících, aby tělo bylo odlehčenější. Jídlo je zde vyobrazeno s pozitivním přístupem, který ho ukazuje jako tělu prospěšného pomocníka, což může mít dobrý dopad na čtenářky v této oblasti.

## **Psychologická stránka**

Mezi důležité aspekty v rámci zdravého životního stylu patří podle Mlčáka soubor duševní aktivity, odpočinku, dostatečného spánku, dobrých vztahů s lidmi a příjemné fyzické prostředí.<sup>42</sup> Celkově na psychiku čtenářky může mít vliv jakýkoli článek v časopise. Ať už jde o pohyb, psychiku nebo o vzhled. V *Kondici* se probírá každá z těchto sfér, konkrétně se v rubrice *Psychologie* často objevují témata spojená například s duševní hygienou, sebevědomím nebo se spánkem. V některých článcích se vyjadřují specialisté na daná témata, ve velké míře to jsou psychologové, terapeuti nebo doktoři.

## **Zodpovězení výzkumných otázek**

*„Jaká je strategie při výběru témat, která se zaměřují na zdravý životní styl, v časopise Kondice?“*

---

<sup>41</sup> KRAUS, Blahoslav a Věra POLÁČKOVÁ. Člověk – prostředí – výchova: k otázkám sociální pedagogiky. 2001. str. 158

<sup>42</sup> MLČÁK, Zdeněk. Psychologie zdraví a nemoci. 2005. str.16

Po analýze vybraných čísel je v časopise vidět určité schéma, které je podobné v každém vydání. Články motivují a snaží se zaměřit na sebevědomí čtenářek. Rozhovor s šéfredaktorkou mi dodal více informací, ze kterých jsem mohla čerpat a dát dohromady výsledek pro tuto práci. Články jsou psané redaktorkami zaměřenými na různé oblasti jako je sport, zdraví, jóga nebo psychologie. Tato témata se potom promítají skrz celý časopis. Podle slov šéfredaktorky mají k dispozici i externisty, kteří jim také dodávají články. Co bude v dalších číslech se domlouvá redakce na pravidelných poradách. Následně na tématech pracují celý měsíc až do té doby, než jdou články na korekturu. Šéfredaktorka si ale všechny články ještě prochází sama, aby odpovídaly tomu, na co je *Kondice* zaměřená. V redakci se podle slov šéfredaktorky snaží zdravě žít a následně předávat informace čtenářkám. Podle ní je „*zdravý životní styl*“ velké téma časopisu.

„*Jaké jsou pravidelné rubriky zaměřené na zdravý životní styl Mají mezi sebou spojitost?*“

Mezi pravidelné rubriky ve zkoumaných číslech patří *Trénink, Běhání, Jídlo, Zdraví, Beauty, Psychologie* a *Cestování*. Spojitost mezi nimi je prokazatelná ve většině číslech, protože se články často tematicky prolínají skrz celé vydání. Podle šéfredaktorky je to hlavně proto, aby byla problematika uchopena z více pohledů, aby se tak čtenářkám dostalo, co nejvíce informací.

„*Jakým způsobem je čtenářkám podáváno téma o jídle a dietách?*“

V rubrice *Jídlo* jsou recepty, informace o potravinách nebo i rady na odlehčenější a zdravější stravu. Z velké části jde o jídla a suroviny vegetariánské a veganské, nejméně zastoupené jsou zde masové pokrmy. Není to proto, že by se tomu šéfredaktorka bránila, ale proto aby čtenářkám ukázali, že se dá pestrý a chutný jídelníček zvládnout i bez masa.

„*Reflektuje Kondice sezonnost v rámci sportů a jídla?*“

Na tuhle otázku mi šéfredaktorka odpověděla přímo, a navíc ve zkoumaných číslech je zřejmé, že *Kondice* reaguje na roční období i na události, jakou může být například koronavirová pandemie. Na ni je v některých číslech hned několik odkazů skrze články v rubrikách *Psychologie* i *Trénink*. Co se týká sezonnosti v oblasti sportů, v zimních měsících se *Kondice* zaměřuje zejména na sporty na horách, v jarních měsících už na venkovní cviky, v létě jde nejčastěji o cyklistiku a na podzim už jsou to spíše zase domácí cvičení. V oblasti jídla reaguje *Kondice* na sezonní potraviny, což je například dýně na podzim, v zimě jsou to drinky na zahřátí a lehčí saláty na jaro a léto.

„*Jak je téma zdravého životního stylu podáváno čtenářkám, které se chtějí dozvědět základy?*“

Články jsou sestaveny takovým způsobem, aby jim rozuměl i začátečník v oblasti sportu a celkově zdravého životního stylu. Pokud jde o složitější témata, tak jsou naskrz rubrikami probíraná, aby se čtenářkám dostalo potřebné množství informací. Konkrétně tréninky jsou sestaveny tak, aby je mohly cvičit začátečnice i pokročilé. V některých číslech je cvičení s vlastní vahou, což je vhodné jak pro začátečníka, tak i pro pokročilého pro udržení kondice. V jiných číslech se objevují lehčí pomůcky na cvičení jako třeba odporové gumy, které jsou volitelné podle zátěže. V jednom vydání je popsán trénink s činkami, což je mířeno spíše na pokročilejší sportovkyně.

V *Běhání* jsou články vhodné pro začátečnice, které s běháním chtějí začít. Jsou zde uvedeny rady, jak správně dýchat, pohybovat se a odkazy jsou zde i na správnou stravu pro běžce. Zároveň se čtenářky dozví, jakým chybám se vyvarovat.

V rámci *Psychologie* jsou články pojaty s odborným pohledem na problematiku a řádně vysvětleny, takže i v této sféře se dá říct, že je vhodná pro čtenářky, které se chtějí dozvědět více o psychohygieně.



## Závěr

Cílem této práce bylo zjistit, jak v redakci postupují při výběru témat, které jsou zaměřené na zdravý životní styl. Pro získání informací o redakci, výběru témat a postupech jsem využila analýzu vybraných čísel a polostrukturovaný rozhovor s šéfredaktorkou *Kondice*, která mi sdělila vše potřebné. Během práce byly zodpovězeny všechny výzkumné otázky, které byly v metodologické části uvedeny.

Analytické části předcházela teoretická, ve které jsem definovala obecné pojmy „*životní styl*“ a „*zdravý životní styl*“, což bylo pro uvedení do tématu klíčové. Následně jsem se věnovala *lifestyle* časopisům a jejich zasazením do historického kontextu.

Před analýzou jsem si sehnala všechna potřebná čísla časopisu a při čtení článků pozorovala, jakým způsobem jsou čtenářkám podávány informace o zdravém životním stylu s ohledem na definice v teoretické části.

V redakci si jsou podle šéfredaktorky vědomí psychického dopadu, který může obsah mít na čtenářky, a proto jsou články často psány s odbornými poradci, které mají v redakci k dispozici a jsou této redakce součástí.

V *Kondici* ve výběru článků postupují podle toho, jaké je roční období, aby články kompletně zapadly do kontextu celého vydání. Zdravý životní styl jakožto souhrn návyků z psychické, tělesné a duchovní sféry se v časopise odráží ve všech směrech. Články o psychice se objevují zejména v rubrice *Psychologie*, tělesná sféra se prolíná skrz skoro všechny rubriky a za duchovní sféru je možné považovat články o józe.

V pravidelných rubrikách *Trénink*, *Běhání*, *Jídlo*, *Zdraví*, *Beauty*, *Psychologie* a *Cestování* je často návaznost mezi články, takže problematičtější témata jsou probírané z více úhlů pohledů, což dává redaktorkám a redaktorům dostatečný prostor uchopit a řádně dané téma vysvětlit.

Bakalářská práce tedy prokázala, že při výběru témat v *Kondici* je brán v potaz zdravý životní styl ve všech svých oblastech.

Polostrukturovaný rozhovor s šéfredaktorkou byl užitečný, protože mi poskytl možnost poznat, jakým způsobem je tvořen obsah a jak funguje samotná redakce.

Doufám, že tato práce může být základem pro další výzkum v rámci *lifestyle* časopisů zaměřených na zdravý životní styl.

## Zdroje

Časopis Kondice – vydání od ledna 2020 do ledna 2021

DUFFKOVÁ, Jana, Lukáš URBAN a Josef DUBSKÝ. Sociologie životního stylu. Praha: Policejní akademie České republiky, 2007. ISBN 978-80-7251-266-9

HOFFMANNOVÁ, Jana. Jak přesvědčit ženy? Strategie a prostředky persvaze v ženských časopisech. In: Metody a prostředky přesvědčování v masových médiích: sborník textů z mezinárodní vědecké konference: Ostrava 13.-15.9.2005: Filozofická fakulta Ostravské univerzity v Ostravě. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, Filozofická fakulta, 2005. ISBN 80-7368-101-3

JÍLEK, Viktor. Lexikologie a stylistika nejen pro žurnalisty: studijní text pro distanční studium. Olomouc: Univerzita Palackého, 2005. ISBN 80-244-1246-2

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. Masová média. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3

JIRÁK, Jan. 10 let v českých médiích. Praha: Portál pro Newton Information Technology, 2005. ISBN 80-7178-9bar-9

KONČELÍK, Jakub, Pavel VEČEŘA a Petr ORSÁG. Dějiny českých médií 20. století. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-698-8

KÖPPLOVÁ, Barbara. Kam směřují časopisy a lifestylové magazíny. In: JIRÁK, Jan et al. 10 let v českých médiích. Vyd. 1. Praha: Portál, 2005. 142 s. ISBN 80-7178-925-9

KRAUS, Blahoslav a Věra POLÁČKOVÁ. Člověk – prostředí – výchova: k otázkám sociální pedagogiky. Brno: Paido, 2001. ISBN 80-7315-004-2

MACHOVÁ, Jitka a Dagmar KUBÁTOVÁ. Výchova ke zdraví. Praha: Grada, 2009. Pedagogika (Grada). ISBN 978-80-247-2715-8

MCQUAIL, Denis. Úvod do teorie masové komunikace. 4., rozš. a přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5

MINÁŘOVÁ, Eva. Stylistika pro žurnalisty. Praha: Grada, 2011. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-2979-4

MLČÁK, Zdeněk. Psychologie zdraví a nemoci. Ostrava: Ostravská univerzita, Filozofická fakulta, 2005. ISBN 80-7368-035-1

OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace. 3., rozš. vyd. Praha: Libri, 2007. ISBN 978-80-7277-266-7

OSVALDOVÁ, Barbora. Česká média a feminismus. Praha: Libri, 2004. Gender sondy. ISBN 80-86429-31-8.

PTÁČEK, Luboš. Panorama českého filmu. Olomouc: Rubico, 2000. ISBN 80-85839-54-7

REIFOVÁ, Irena. Slovník mediální komunikace. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7

#### ONLINE ZDROJE:

MediaGuru. [online]. 30.5.2011.[cit. 17.3.2021] Dostupné z:

<https://www.mediaguru.cz/clanky/2011/05/m-vopavova-a-p-honslova-prichazeji-s-c-asopisem-kondice/>

MICHALOVÁ, Adéla. Kulturní funkce lifestylových médií. Praha 2011. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze. Filozofická fakulta. Katedra teorie kultury. Vedoucí práce: PhDr. Ondřej Hubáček.

Periodik. [online]. [cit. 16.3.2021] Dostupné z:

<https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=titul&titul=101097>

Periodik. [online]. [cit. 16.3.2021] Dostupné z:

<https://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=titul&titul=100966>

Unie vydavatelů. Výzkum čtenosti tisku. Media projekt 2020. Unievydavatelu.cz [online]. 11.2.2021 [cit. 16.3.2021] Dostupné z:

[http://www.unievydavatelu.cz/gallery/files/Zak13\\_a4\\_Q2020.pdf](http://www.unievydavatelu.cz/gallery/files/Zak13_a4_Q2020.pdf)

World Health Organization. Frequently asked questions. [online]. [cit. 15.3.2021] Dostupné z: <https://www.who.int/about/who-we-are/frequently-asked-questions>

# Seznam příloh

## Příloha č. 1 - Rozhovor s šéfredaktorkou Kondice

### 1) Jak byla Kondice založená?

Kondice byla založená před deseti lety jako projekt dvou vizionářek a novinářek Mirky Zlatníkové a Patricie Honslové. Později se dostala pod hlavičku velkého vydavatelského domu VLmedia.

### 2) Jak a kdy se změnila šéfredaktorky? Všimla jsem si, že nejste u Kondice úplně od začátku.

Nejdříve časopis vedla Mirka Zlatníková, pak ji vystřídala Lucie Frydecká, já ho vedu dva roky. Mirka i Lucie působí v našem vydavatelství na jiných pozicích. Novinařině se věnuji od vysoké školy, pracovala jsem v zahraničních rubrikách LN, Týdnu, MF DNES (po mateřské jsem psala i do jiných rubrik). Novinařinu miluji, zároveň jsem nadšená sportovkyně, když mi nabídli Kondici vést, měla jsem velkou radost.

### 3) Heslo časopisu: pro ženy, které mají energii. Je s časopisem od začátku?

Bohužel nevím.

### 4) Jaký je měsíční náklad?

20 000

### 5) Dočetla jsem se na MediaGuru, že hlavní distribuční sítě měly být pro Kondici ze začátku lékárny, nevíte o tom něco? Proč to tak teď není nebo, kdy se to nějak změnilo?

Nevím.

### 6) Některá čísla v sobě obsahují dva měsíce, proč a jaká je pravidelnost?

Letní číslo a vánoční číslo.

### 7) Hlavním bodem, který mě zajímá je fungování redakce. Jak funguje, kolik máte redaktorů/ redaktorek, jak to máte se specialisty na daná témata, jak vybíráte články?

Mám tým sedmi nesmírně šikovných a spolehlivých novinářek. Některé se specializují na sport, jiné na zdraví a psychologii, jídlo, jógu. K tomu využíváme další externisty, když se ozvou se zajímavým tématem. Co bude v dalším čísle, se domlouváme na poradách, zajímavá témata mi kolegyně posílají v průběhu celého měsíce.

### 8) Stane se někdy, že nějaký článek nakonec vyřadíte, popřípadě z jakého důvodu?

Ano, už se stalo, že externista poslal článek, který neodpovídal našim představám, tak jsme ho nezařadili.

### 9) Jak články vybíráte? Máte třeba hlavní téma pro každé číslo, od kterého se následně odvíjejí články? Jaká je vaše strategie/postup při výběru?

Hodně klademe důraz na „sezonnost“ – aby se jednalo o aktuální témata, sporty, které je možné právě provozovat, sezonní bylinky, potraviny apod. Ve Zdraví a Psychologii sledujeme také aktuální témata, která rezonují společností. Jógu milujeme celoročně.

**10) V jakém časovém rozpětí v redakci fungujete?**

Já osobně? Jak pracuji? Když je potřeba (v době uzávěrky) tak i 15 hodiny denně. Do redakce momentálně chodím jednou týdně, v týdnu, kdy odcházíme do tiskárny, tam jsem cca tři dny.

Dříve jsem tam trávila tři, čtyři dny v týdnu.

**11) Čím článek projde, než jde do finálové verze?**

Když ho autorka odevzdá, dostane se do rukou editorky Lenky Lysoňkové. V případě, že se jedná o nějaké těžší téma, probíráme s Lenkou, zda je třeba něco doplnit. Hlídám si také všechna obsáhlejší témata. „Naše“ autorky jsou ale velmi zkušené.

Pak článek dostává grafik, který ho zalomí, zalomený text čte korektor. Pak si ho ještě vytisknu a velmi pozorně čtu i já. Hlídám i grafické věci. Výjimečně požádám o doplnění.

**12) Jak moc zasahujete do běhu časopisu vy jakožto šéfredaktorka? Máte tam hodně článků, zkoušíte a účastníte se různých akcí, takže mi přijde, že na rozdíl od jiných periodik se poměrně dost angažujete.**

V médiích pracuji 23 let, novinářinu miluji, ráda dělám rozhovory, píšu reportáže. Nenechám si ujít příležitost potkat se s někým zajímavým. Někdy to bývá dosti hektické a pracuji těch 15 hodin denně.

**13) Berete v redakci v potaz dopad na psychiku žen, které si Kondici koupí? Snažíte se ženy motivovat?**

Ano, to je jedno z velkých témat našeho časopisu. Chceme je motivovat, ukázat, že není třeba se bát nových věcí, představujeme zajímavé ženy, chceme být inspirací ke zdravému životnímu stylu.

**14) Co je pro vás jakožto kompletně pro redakci „zdravý životní styl?“ Respektive jakou formou podáváte čtenářkám, co to je a jak by měly žít, aby žily „zdravě“?**

Je to velké téma našeho časopisu. Chceme přinášet nové trendy, ukázat, že to jde. A hlavně se samy snažím zdravě žít.

**15) Každé číslo začíná editorialem a vždy jej píšete vy, bylo tomu vždycky tak? Co vás inspiruje k psaní editroialu?**

V Kondici ho píšu já, v jógových speciálech nebo např. ve speciálu Jarní restart ráda přenechávám místo kolegyni a hlavní autorce Verče Veselé, která je v těchto tématech kovaná.

Inspiraci hledám přímo v tématech aktuálního čísla a většinou do poslední chvíle přemýšlím, o čem to bude.

**16) Na úvodních stranách časopisu je prostor pro šest redaktorek- čím žily za poslední měsíc. Podle čeho vybíráte? Je to „dobrovolné“, nebo se nějak střídají?**

Je to dobrovolné. Kdo nezapomene příspěvek poslat, je tam...

**17) Můžete mi říct něco o sekci „startujeme“? Podle čeho vybíráte produkty, které doporučujete čtenářkám?**

Hledáme zajímavé tipy, sledujeme nové trendy, snažíme se to poskládat, aby to bylo různorodé.

**18) Teď bych se ráda zeptala na všechny pravidelné rubriky, jsou od začátku časopisu stejné nebo se nějak razantně měnily?**

Rubriky se pravidelně mění.

**19) Všimla jsem si, že konkrétně v rubrice Trénink je pokaždé docela jiný počet stran. Nemáte tedy nějak vymezený určitý prostor pro každou rubriku? Na čem to závisí?**

Všechny rubriky jsou „pohyblivé“, nedržíme se pevného mustru. Někdy se dané téma více hodí zpracovat jako reportáž, jindy tomu sluší naopak rubrika koučink (návod, jak to). Co se týče počtu stran - řídíme se také tím, jak je ta disciplína/sport náročná. Stalo se také, že se grafikovi líbily reportážní fotky tak moc, že mě přemluvil, ať tomu dáme více stran. To jsou pak docela náročné puzzle časopis přeskládat.

**20) V té stejné rubrice se často opakují takové menší podrubriky, které pak obsahují soubory článků. Jde zejména o Trénink, Koučink, Pohyb, Reportáž, Portrét, Rozhovor. Máte pro to nějaké schéma, co dáte do jakého čísla? Popřípadě jestli můžete nějak shrnout a popsat každou z těchto podrubrik?**

Všechny rubriky jsou pohyblivé, nedržíme se pevného mustru. Řídíme se ročními obdobími a tím, abychom byli inspirativní pro dané období. Rozhovory zařazujeme tak, aby byly aktuální (například Lucie Výborná vydala knihu, proto jsem s ní udělala rozhovor).

**21) V některých číslech jsem si všimla určitých článků jako například v květnovém vydání 2020, kde je článek o tom, jak získat motivaci na cvičení doma. Je to odpověď na „korona krizi“, abyste čtenářky motivovali?**

Ano, přesně tak.

**22) Rubrika jídlo nemá žádnou podrubriku, plánujete tuto sekci například rozšířit?**

Od ledna letošního roku jsme přidali nové pravidelné rubriky do této sekce. Teď jsme měli například seriál o snídaních, obědech, večeřích, svačinách. Míváme tam zařazené fotostory receptů.

**23) Máte hlavně odlehčená jídla, zeleninu, ovoce atd. Dáváte si záležet, aby jídla, která uvádíte v časopise opravdu byla zdravá a držíte se nějakého schématu?**

Chceme, aby jídla byla zdravá, výživná, zajímavá. Často se vztahují k nějakému tématu (v běžeckém speciálu k běhání, k výživě při sportu, hubnutí).

**24) Všimla jsem si, že většina jídel v časopise je bezmasá. Proč?**

Jsou tam hlavně jídla bezmasá, ale nevyhýbáme se ani masu. Chceme ukázat, že se bez masa se dá vařit zajímavě.

**25) V některých číslech navazují rozhovory tematicky na předchozí články, chcete tak čtenářkám předat o daném tématu více informací? Naopak v některých případech nemají vůbec žádnou spojitost. Zajímá mě, jestli v tom je nějaký systém?**

Někdy máme zajímavé téma, které se dá rozebrat z vícero stran, pak se do toho rády pustíme a uděláme větší téma.

**26) Zdravé novinky ve zdravých novinkách je zajímavé, že jste zařadili dva úhly pohledu na jednu problematiku. Vybíráte většinou odborníky ze zdravotnického prostředí a pak i trošku odborníky přes alternativnější možnosti. Jaký je účel tohoto konceptu?**

Poradit, inspirovat, podívat se na problém z obou stran...

**27) Jaký je důvod zařazené „Bylinky měsíce“?**

Bylinky a příroda ke zdravému životnímu stylu patří.

**28) Další odvětví ve Zdraví, na které se chci zeptat je Příběh. Většina z nich je hodně emočně silná, jsou to inspirativní příběhy. Koho na tyto příběhy kontaktujete? Co má takový příběh předat?**

Máme rozhozené sítě, podobné příběhy si hlídáme a pak lidi (většinou ženy) oslovujeme. A musím souhlasit – jsou velmi silné, sama jsem jich pár napsala a ty ženy mají můj velký obdiv. Mě osobně na nich fascinuje, jak se dokázaly se situací vypořádat. To je asi hlavní poselství těchto příběhů.

**29) Ještě když zůstanu u Zdraví. Každé číslo je v této rubrice zakončeno stranou-4 problémy 1 řešení. Často tam jsou řešení na zdravotní problémy, řeší taková témata autorky článků s odborníky?**

Ano, řeší, ale není prostor tam nikoho citovat.

**30) Beauty v sobě obsahuje hodně doporučených produktů. Máte nějakou cenovou kategorii přes kterou (nebo taky pod kterou) v doporučených produktech nechcete jít? Časopis je cílený na určitou skupinu žen, tak mě zajímá, s jakým předpokladem tyto produkty doporučujete?**

Nemáme to striktně dané.

**31) Můžete mi přiblížit rubriku Psychologie?**

Většinu témat píšou Iva Vokurková a Dominika Rýparová (nebo Bára Postránecká z Glancu). Jsou to skvělé novinářky, umí se zeptat, umí jít pod povrch problémů. Osobně se vždy na jejich články velmi těším.

**32) Jógové články často odkazují na lektorku Zuzanu Klingrovou, spolupracujete spolu dlouho? Proč jste vybrali zrovna ji?**

Zuzka spolupracuje s Kondicí od začátku. Podrobnosti, jak to vzniklo, bohužel nevím. Této spolupráce si velmi vážíme.

**33) „Fashion“ v časopise není úplně pravidelná rubrika, všimla jsem si ale že vychází zhruba na letní, jarní a podzimní/zimní trendy, je to tak? Nebo je v tom jiná pravidelnost?**

Na této rubrice spolupracujeme s kolegyněmi z časopisu Glanc. Není v tom pravidelnost.

**34) Strong girl je zakončení časopisu, podle čeho vybíráte dané ženy? Píšou vám do redakce?**

Tyto ženy nám moc do redakce nepíší. Díváme se spíš kolem sebe a máme rozhozené sítě

**35) Teď bych se ráda zaměřila na reklamy a inzerci. Podle čeho vybíráte? Máte nějaké pravidelné reklamy? Co se snažíte čtenářkám doporučovat?**

Máme inzerenty, se kterými dlouhodobě spolupracujeme – ať už ze sportovního tak kosmetického odvětví, automobilky. Inzerce ale není v mé kompetenci, o tu se stará inzertní oddělení.

**36) Jak to máte se speciály? Ve dvou číslech jsem si všimla přídatku (eko speciál a letní speciál). Máte v tom nějakou pravidelnost?**

Eko speciál byla novinka, letní speciál vychází v létě. Jedná se o inzertní projekty doplněné redakčními texty.

**37) A co speciály jako je například Jógový speciál? Jak často vychází?**

Míváme pět až šest speciálů ročně. Jógový vychází dvakrát do roka. Běžecký jednou. Jeden bývá medicínský. Letos jsme měli speciál Jarní restart.

**38) Jak je na tom Kondice s čteností a také cílovou skupinou žen? Můžete to prosím nějak rozvést? Na koho se zmaňujete atd.**

Čtenost je okolo 66 tisíc (momentálně nemám po ruce poslední čísla a nemohu to ověřit přesně). Míříme na ženy od 20 do 60. Nevyhýbáme se žádné cílové skupině. Víme, že jsme velmi silní ve skupině 20 až 30 let, ale čtou nás i starší ženy.

**39) Na závěr bych ráda ve své práci popsala i vaši propojenost s webem Kondice.cz. Můžete mi popsat záměr webu nebo nějaké budoucí plány? Často na něj v časopise odkazujete.**



Videoportál Kondice.cz má svou šéfredaktorku, fungujeme vedle sebe jako samostatné projekty. Nicméně docela úzce spolupracujeme.

Videoportál má sice paywall, ale myslím, že se to vyplatí, zejména v dnešní době. Sama podle Kondice.cz cvičím a vím, že lekce jsou velmi dobře vedené. Najdu tam vše – od protažení krční páteře, protažení unavených nohou z kola až po pořádný trénink s naší Lu Gregorovou.