

FILOZOFICKÁ FAKULTA UNIVERZITY  
PALACKÉHO V OLOMOUCI  
KATEDRA SLAVISTIKY

**SOUČASNÉ RUSKÉ ČASOPISY PRO ŽENY**  
**Современные российские женские журналы**  
**Present Russian magazines for women**

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

**Vypracovala:** Tamara Kubálková

**Vedoucí práce:** prof. Ludmila Stěpanova, CSc.

Olomouc 2017

Prohlášení

Místopřísežně prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma: „Současné ruské časopisy pro ženy“ vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucího diplomové práce a uvedla jsem všechny použité podklady a literaturu.

V Olomouci dne: \_\_\_\_\_

Podpis

Děkuji paní prof. Ludmile Stěpanové, CSc., za pomoc při výběru tématu práce, za ochotu, pomoc a cenné rady, které mi během psaní bakalářské práce poskytla.

---

Podpis

## Obsah

ÚVOD .....	4
TEORETICKÁ ČÁST.....	5
Onomastika jako vědní obor.....	5
Onomastika a její části podle V. Šmilauera.....	5
Onomastika jako vědní obor podle R. Šrámka.....	5
Dělení onomastiky podle Šrámka.....	6
Rozdělení vlastních jmen podle A. V. Superanské .....	8
Tištěná média .....	10
Tištěná média v historické perspektivě .....	10
Vymezení pojmu <i>tištěná média</i> .....	10
Tištěná média v raném novověku .....	11
Tištěná média v éře modernity.....	14
Tištěná média ve 20. století.....	14
PRAKTICKÁ ČÁST.....	17
Zahraniční časopisy .....	17
Ruské časopisy .....	24
Vlastní jména ženská.....	38
Jak se v Rusku měnila jména od počátku 20. století .....	38
ZÁVĚR.....	40
PE3IOME .....	42
BIBLIOGRAFIE.....	48
PŘÍLOHY .....	51

## ÚVOD

Tato bakalářská práce je věnována tématu současných ruských časopisů pro ženy. Jedním z důvodů, proč jsem si toto téma vybrala, bylo také to, že mě název velmi zaujal. Myslím si, že v dnešní době moderních technologií je čím dál menší počet lidí, kteří pravidelně čtou knihy, více lidí si kupuje tištěné časopisy. Časopisy tedy začínají hrát větší roli v současném světě. Proto pro mě bylo velmi zajímavé zjistit, jaké druhy časopisů pro ženy vycházejí v Rusku.

Cílem práce tedy bylo zjistit okruhy témat časopisů pro ženy, to, na co se konkrétněji zaměřují, a zda jsou původně ruské, nebo jsou to mutace zahraničních časopisů. Jelikož existují časopisy, jejichž názvy jsou vytvořeny z ruských ženských vlastních jmen, následuje také kapitola o vlastních jménech v Rusku a jejich četnosti.

Bakalářská práce je rozdělena na část teoretickou a praktickou. Tyto kapitoly se dále člení na několik podkapitol. Teoretická část se zaměřuje na pojem *onomastika*, tedy vědní obor, věnující se vlastním jménům. Jejich rozdělení popisuje několik autorů, v práci je uvedena klasifikace V. Šmilauera, R. Šrámka a A. V. Superanské. Na závěr teoretické části následuje kapitola, zkoumající vymezení pojmu *tištěná média*, jejich předchůdce a vznik a vývoj v průběhu několika století. Sleduje také okolnosti, doprovázející vznik jak novin a časopisů, tak dalších masových médií, jako je rozhlas, film, televize nebo veřejně přístupná internetová produkce. Je zde vysvětlena funkce tištěných médií. Zaměřuje se i na ekonomické a technologické předpoklady rozvoje časopisů a tvůrce mediálních obsahů. Popisuje první žánry časopisů, zaměřené na úzké publikum, a nakonec dochází k vysvětlení proměny významu časopisů. Tato kapitola vychází z díla od autora P. Večeři.

Praktická část obsahuje popis časopisů pro ženy, rozdělených do rubrik podle obsahu. Je zde také kapitola, zkoumající vlastní jména ženská v Rusku. V této kapitole jsem čerpala především z ruských a anglických internetových stránek časopisů. Celkem je v práci popsáno padesát devět časopisů, z toho šestnáct zahraničních a čtyřicet tři ruských.

V závěru práce bude shrnutí celé práce, pětistránkové resumé v ruském jazyce, a přiložen glosář.

## TEORETICKÁ ČÁST

Úvodní část teoretické části této bakalářské práce se zabývá vlastními jmény. Nejprve se zaměřuje na dělení podle lingvisty V. Šmilauera, poté R. Šrámka a nakonec klasifikaci podle ruské autorky A. V. Superanské.

### Onomastika jako vědní obor

#### Onomastika a její části podle V. Šmilauera

Onomastika je nauka o vlastních jménech. Je velmi obtížné definovat samostatný pojem vlastního jména. Mezi vlastními a obecnými jmény existuje přechodné pásmo a mnohá jména mohou být zařazena do obou skupin. (Šmilauer 1962: 5-6)

„Vlastními jmény jsou označeny:

a) Živé bytosti: 1) osoby 2) zvířata 3) národy, kmeny, obyvatelé 4) pohádkové, nadpřirozené a personifikované bytosti.

b) Neživé věci: 1) nebeská tělesa a souhvězdí 2) zeměpisné jevy 3) lidské výtvořiny a zařízení: a) státy a správní oblasti b) veřejné instituce atd.

Všechna tato vlastní jména patří do oboru onomastiky, jehož hlavními oddíly jsou:

a) Antroponomastika: nauka o vlastních jménech lidských

b) Toponomastika: nauka o vlastních jménech zeměpisných“ (Šmilauer 1962: 5-6)

#### Onomastika jako vědní obor podle R. Šrámka

Onomastika je nauka o vlastních jménech.

Postavení a povaha onomastiky jsou dány:

„a) předmětem výzkumu, tj. vlastními jmény (onymy, proprii) jako prvků (jevů) jazyka,

b) povahou a podstatou systému jazykových i mimojazykových kategorií, které jsou nezbytně nutné ke vzniku vlastních jmen a jejich fungování ve společenské komunikaci (patří sem především kategorie onymického objektu, onymického obsahu a onymických funkcí),

c) teoretickými východisky a speciálními pracovními metodami (tj. obecnou onomastikou teorií a metodologií).“ (Šrámek 1999: 11)

Onomastický výzkum zkoumá vlastní jména (onyma, propria). Vlastní jména jsou jazykové jednotky, které na rozdíl od jmen obecných (apelativy) pojmenovávají objekty. Jejich hlavní funkcí je tyto pojmenované objekty v rámci objektů stejného druhu:

- „a) individualizovat (ohraničit)
- b) diferencovat (odlišit od sebe)
- c) lokalizovat (zařadit do určitých věcných, prostorových, sociálních, kulturních, historických nebo ekonomických vztahů).“ (Šrámek 1999: 11)

### **Dělení onomastiky podle Šrámka**

V rámci propriální sféry jazyka se podle druhové povahy onymických objektů vytvářejí tři velké plány:

„a) geonomický: zahrnuje všechny třídy toponym, tj. jména onymických objektů na povrchu země (a geomorfologických útvarů pod ním), a kosmonym, tj.

jména nebeských těles a útvarů na nich. Geonymické objekty jsou postizitelné kartograficky, neboť se vyjadřují na mapových dílech,

b) bionymický: zahrnující antroponyma, pseudoantroponyma a zoonyma, tj. jména živých (nebo jakoby živých) onymických objektů = bytostí,

c) chrématonymický: zahrnuje vlastní jména pro objekty, jevy a vztahy vzniklé lidskou činností (společenskou, kulturní, ekonomickou, politickou apod.).“

(Šrámek 1999: 16)

Podle tohoto základního dělení také můžeme vlastní jména zjednodušeně rozdělit do tří základních skupin:

- „a) geonoma;
- b) bionyma;
- c) chrématonyma.“ (Šrámek 1999: 16)

Existují však jiná třídění vlastních jmen:

- „a) Přímá a nepřímá
- b) Předložková a nepředložková
- c) Primární a sekundární
- d) Grafická a kulturní“ (Šrámek 1999: 16-17)

### **Dělení vlastních jmen na přímá a nepřímá**

Jde o velmi rozšířené dělení proprií. Rozlišuje, zda je objekt pojmenován přímo, např. louka s vlastností nivy = *Niva*, nebo se jedná o pojmenování, které má s jiným objektem určitou souvislost, např. pole leží za vodou = *Za vodou*. (Šrámek 1999: 16)

Podle tohoto dělení je toponymum *Niva* „přímé“ vlastní jméno, protože se mezi sémovou strukturou obecného jména *niva*, pojmem „niva“ a objektem „niva“ vidí shoda. Objekt je tak nazván podle toho a tím, čím je svou věcnou stránkou. (Šrámek 1999: 16)

„Nepřímá“ vlastní jména, např. *U lesa*, *Za vodou*, neobsahují jasné (explicitní) pojmenování onymického objektu, ale pomocí kategorie pojmenovacího motivu vyjadřují jednu jeho vlastnost, např.: lokaci (za vodou), jakost („suchost“, např.: Suchá tj. louka), posesivitu (Novákové, Dočkalovo, Bartoška apod.). (Šrámek 1999: 17)

Rozdíl mezi přímým a nepřímým pojmenováním poznáme podle přítomnosti nebo nepřítomnosti apelativního pojmenování onymického objektu, který se však od okamžiku vzniku svého jména mohl změnit, a proto se nyní může svou povahou odlišovat. Proto např. objekt PJ *Niva* dnes již není „niva“, ale může označovat třeba „sídlíště“, a objekt *Za vodou* dnes za vodou už neleží. (Šrámek 1999: 17)

### **Dělení vlastních jmen na předložková a nepředložková**

V rámci slovanských národních toponymií vytváří předložková toponyma areálové a frekvenčně produktivní zvláštnosti. Proto je pro ně důležitá struktura, a ne přítomnost a nepřítomnost „přímého“ či „nepřímého“ způsobu pojmenování daného onymického objektu. Struktura jména odráží vnitřní systémovou stránku, což znamená propriálně pojmenovací motiv polohy, který je vyjádřen předložkou. Ta je nositelem, určujícím informace o daném propriu. Patří sem především jména, která mají v propriální sféře schopnost se směrově lokalizovat (umíst'ovat). Mohou to být například jména polí, luk, lesů, některé typy oikonym (jména měst, obcí, osad, sídel), méně často také antroponyma (např. příjmení *Podhájský*, *Mezihorák* atd). (Šrámek 1999: 18)

### **Dělení vlastních jmen na primární a sekundární**

Dělicí hledisko je poněkud příznačně nejasné. Za primární jména mohou být považována nederivovaná jména, např. *Dub*, a za jména sekundární jména derivovaná, např. *Doubí*. Podle jiného mínění se původní nejstarší znění jména pokládají za primární, a za sekundární jsou považovány podoby, odvozené od těchto znění později. (Šrámek 1999: 18-19)

### **Dělení vlastních jmen na topografická a kulturní**

„Topografická“ jména, mezi která patří například *Brodek*, *Niva*, *Vražno*, poskytují obraz o rozšíření lexémů *brod*, *niva*, *vráž*. Jména „kulturní“, jako například *Hradec*, *Klášteřec*, *Osek* nebo *Poruba*, pak rozšiřují lexémy *hrad*, *klášter*, *osek* nebo *poruba*.

Anoikonymum *Na klášteříku* je označováno jako „kulturní“, protože slovem klášter je pojmenován objekt, který patří do kulturní sféry dějin člověka. Zato jméno pole *Na klášteřsku*, které dříve bylo klášterním majetkem, reflektuje posesivitu, ne kulturně historický fakt. (Šrámek 1999: 19)



### **Rozdělení vlastních jmen podle A. V. Superanské**

Ruská autorka rozděluje vlastní jména především z hlediska životnosti a neživotnosti. Drží se klasifikace A. Bacha, který dělí vlastní jména na:

„a) jména živých bytostí (nebo bytostí, které jsou považovány za živé)

b) názvy věcí (vynálezů a astrologických a kosmických objektů)“ (Суперанская 2009: 173-194)

„Jména živých bytostí (životná) se dále dělí na:

a) antroponyma (vlastní jména osobní), která jsou dále rozdělena na:

a. individuální antroponyma (pojmenování konkrétního jedince)

b. skupinová antroponyma (rodové, rodinná jména a jména dynastií)

b) zoonyma (jména živočichů), která mohou být rozděleny také na:

a. skupinová zoonyma (např.: pojmenování pro celý druh)

b. individuální zoonyma (jednotlivá pojmenování zvířat – domácích a divokých)

c) mythonyma (pojmenování lidí, zvířat, rostlin, národů, geografických a kosmografických objektů, různých předmětů, atd., které neexistují v reálném světě)“ (Суперанская 2009: 173-194)

„Názvy neživých předmětů se dělí na:

a) toponyma (geografické názvy – lokalit, oblastí, atd.)

b) kosmonyma a astronyma (názvy kosmických předmětů – planet, souhvězdí, měsíců, atd.)

c) fotonyma (názvy rostlin)

d) chrématonyma (speciální neživé předměty, které vytvořil člověk, například zbraně, hudební nástroje, atd.)

e) názvy dopravních prostředků (názvy lodí, jacht, letadel, atd.)

f) jakostní a speciální pojmenování.“

Vlastní jména komplexních objektů dělíme na:

„a) názvy podniků, institucí, společností, sdružení;

b) názvy orgánů periodického tisku

c) chrononyma

d) názvy svátků, výročí, slavností“

e) názvy událostí, kampaní, válek

f) názvy literárních a uměleckých děl

g) dokumentonyma

h) názvy živelných katastrof

i) faleronyma“ (Суперанская 2009: 173-194)

V této bakalářské práci se vyskytují převážně názvy neživých objektů, ale také jména živých bytostí – vlastní jména osobní (antroponyma).

## **Tištěná média**

Následující kapitola se zaměřuje především na předchůdce dnešních časopisů a na to, jak vznikaly časopisy v historii, raném novověku, v éře modernity a ve 20. století, až do podoby, jakou mají v současnosti.

V této kapitole vycházím z díla Večeři.

### **Tištěná média v historické perspektivě**

Tištěná média vznikla už na rozmezí středověku a raného novověku. Pro tuto dobu byla charakteristická tradiční společnost, to znamená převaha zemědělské výroby, ostře rozlišený sociální systém (stavy), dominance univerzalistických náboženství (křesťanské konfese). Avšak význam tištěných médií narostl až v moderní společnosti. Ta vznikala na přelomu 18. - 19. století, doprovázená procesem modernizace. Modernizace byla vyvolána první průmyslovou revolucí, moderním pojetím zisku a komodifikací peněz, práce a přírodních zdrojů.

Až v moderní společnosti se mohla tištěná média zcela rozvinout a plnit funkci masových médií.

Tištěná média jsou pochopitelně podmíněna technickým rozvojem. Ke vzniku tištěných médií přispěl především Gutenbergův knihtisk, dřevoryt a mědiryt, a v 15. století tak otevřeli cestu masové reprodukovatelnosti textových a obrazových sdělení. V 19. a 20. století reprodukovatelnost zrychlily, usnadnily a zkvalitnily další vynálezy, a to rychlolis, rotačka, linotyp, autotypie, ofsetový tisk, DTP aj.

### **Vymezení pojmu *tištěná média***

Tištěná média spadají pod masová média, kam patří také film, rozhlas, televize nebo veřejně přístupná internetová produkce. Představují formu veřejné komunikace, která je určena pro veřejnost. Výsledky jsou určeny velkému množství spotřebitelů, teoreticky neomezenému množství uživatelů.

Existuje několik funkcí médií. Mohou být zdrojem informací, napomáhat orientaci adresáta v jeho prostředí, vysvětlují předložené informace, zasazují je do širšího kontextu a napomáhají utvářet veřejné mínění, a nelze opomenout to, že jsou nositeli zábavy.

Pojem tištěných médií označuje noviny a časopisy, které vycházejí periodicky, ale i neperiodický tisk, k němuž patří knižní publikace či příležitostné tiskoviny.

Tištěná média se rozvíjela spolu s vývojem lidské komunikace. Od přelomu 19. – 20. století se společnost dostávala do fáze masové komunikace, vyznačující se především

nástupem levných masových listů a především filmem, od dvacátých let rozhlasem a od poloviny století televizí.

Časopisy vznikaly od poslední třetiny 17. století. Vyznačují se schopností přinášet veřejně přístupné, pravidelné a relativně aktuální informace specializovaného charakteru.

Vývojové předchůdce časopisů a novin představují příležitostné tisky, zejména zpravodajské a publicistické letáky. Méně blízký vztah měly k novinám a časopisům další druhy drobného tisku, jako jsou almanachy, kalendáře či plakáty.

K rozvoji časopisů došlo v 18. století, které někdy bývá nazýváno jako zlatý věk časopisectví. K jejich úspěchu přispělo také to, že ve druhé polovině 18. století značně napomohly šíření osvícenských myšlenek.

Časopisy mají užší okruh publicity, než noviny, a jsou tematicky více uzavřené. Vycházejí jako týdeníky, čtrnáctideníky, měsíčníky, dvouměsíčníky, čtvrtletníky, případně také nepravidelně. Více se specializují na určitý obsahový úsek, a tím pádem mají i odpovídající specifické publikum. Už v té době byl kladen velký důraz na vzhled a design časopisů, především proto, že svázané časopisy byly uchovávány v knihovnách. Časopisy vycházely na kvalitním papíře, měly propracovanější grafiku a obrazový doprovod.

První časopisy vznikaly ve Francii a Anglii v polovině šedesátých let 17. století. Následovala Itálie a Německo, chvíli poté se připojily také Spojené státy americké.

K prvním žánrům patřily vědecké a naučné časopisy, později se přidaly (historicko-) politické časopisy a moralistické týdeníky. V 18. století pak přibyla spousta dalších rozličných témat.

### **Tištěná média v raném novověku**

#### Informační zdroje, ekonomické a technologické předpoklady

Jelikož byly časopisy opakovaně tištěny také v knižní podobě, je jasné, že hlavní roli nehrála aktuálnost. Pro čtenáře byly lákavější než knihy z toho důvodu, že poskytovaly větší výběr témat, byly kratší, levnější a univerzálnější. Proto, pokud po nich byla vysoká poptávka, se vyplatilo časopis vydat opakovaně.

Důvodem vydávání časopisů byl především zisk, přinášející vydavateli. Sem spadaly především zábavné časopisy s univerzální tematikou, dostupné širšímu okruhu čtenářů. Dalšími důvody, úzce souvisejícími s obsahem časopisu, byly odborné, vědecké, kulturní a umělecké, didaktické, morální, filantropické aj. Některé měly za cíl podporu odborné komunikace v určité specializaci, byly určené pro úzký okruh publika, nebo měly neziskový charakter a byly nuceny spoléhat na finanční podporu.

Poměrně často docházelo k nepravdělnosti či přerušení vydávání časopisů, a to z důvodů čistě finančních. Ekonomická základna časopisů totiž byla vcelku nestabilní.

Informační zdroje některých titulů byly významnější, než jiné, což se odrazilo na ceně, proto také dosah jejich vnímání byl odlišný.

Výroba časopisů byla komplikovanější, než výroba novin. Mnohé vyžadovaly obrazový doprovod, což se pochopitelně neobešlo bez spolupráce výtvarníků a umělců, a využití dostupných reprodukčních technik. To často vedlo k časovým prodlevám a zvýšení cen.

Další jev, který způsoboval zvýšení cen časopisů, byla distribuce. Některé časopisy byly rozváženy napříč celou Evropou. Kromě toho časopisy využívaly také předplatné.

#### Tvůrci mediálních obsahů

Časopisy vydávali jak soukromí vydavatelé, tak organizace. Vědecké společnosti, učené spolky a skupiny vzdělanců, intelektuálů nebo literátů vydávali vědecké, literární a umělecké časopisy, které spojovaly obdobné společenské a politické představy, odborné názory, kulturně estetické preference apod. Tiskaři, později vydavatelé, s komerčními cíli, publikovali spíše zábavní časopisy, oslovující širokou veřejnost.

Na rozdíl od novin, obsah některých časopisů byl náročnější, specializovaný, s vědeckými, literárními nebo umělecko-estetickými ambicemi, a tak do nich mohli psát jen odborníci. Časopisy zaměstnávaly řadu externích pracovníků, někdy desítky, ale často jich byly až stovky. Naproti tomu fungovaly také časopisy, které psal jediný člověk. U oboru typů však časopisy psal vždy autor, který měl ve svém oboru velké znalosti a zkušenosti. To odlišovalo autory časopisů od raných autorů novin.

Zorganizovat spolupráci v časopisech bylo poměrně obtížné, jelikož v 17. a 18. století do nich přispívali vědci, umělci a literáti své doby, ale také obyčejní, avšak vysoce produktivní, spolupracovníci. Komunikace a finanční potíže se časopisu v té době také nevyhnuly. Ačkoliv to tehdy nebylo zvykem, do časopisů psali i ženy, ale vždy se buď vydávaly za muže, nebo se alespoň skrývaly za své manžely.

Kromě autorů se na tvorbě časopisů podíleli také malíři, kreslíři, grafici, tedy lidé, vytvářející výtvarný doprovod, díky kterému se časopisy mohly masově vydávat.

#### Vědecké (učené) časopisy

V poslední třetině 17. století tento druh časopisů převažoval. Za cíl si stanovily obsáhnouti především přírodních věd, ale také dalších významných vědeckých odvětví.

5. ledna 1655 vznikl první vědecký časopis s názvem „Le Journal de Sçavans“. Vedl jej Denis de Sallo, vysoce postavený úředník, ale na opravdu vědeckou úroveň se časopis dostal až díky jeho nástupci, abbé Jean Gallois. Nejprve byl časopis vydáván jako týdeník, poté se v roce 1724 periodicitu změnila na měsíční.

Časopis, který se již od počátku věnoval pouze vědám, především těm přírodním, byl založen v Anglii. „Philosophical Transactions of the Royal Society“ vyšel poprvé 6. března a na své náklady ho vydával a řídil první sekretář Royal Society Henry Oldenburg. Nejslavnější vědec, který do časopisu přispíval, byl nepochybně fyzik Isaac Newton.

V Německu byl v roce 1682 založen význačný vědecký časopis „Acta eruditorum“, zaměřený na oblast medicíny, a byl vydáván v Lipsku. Řídil jej profesor lipské univerzity Otto Mencke, později ho podporoval saský dvůr. Prvotní impulz k vydání časopisu však přišel ze strany významného filozofa 17. století Gottfrieda Wilhelma Leibnize. Obsah časopisu byl zaměřen zejména na přírodní vědy a matematiku, protože oba cítili, že německá věda zaostává za vědami předešlých dvou západních velmocí. Byl psán latinsky, a to z důvodu podpory rozvoje vědecké komunikace mezi střední a západní Evropou. Na rozdíl od tehdejšího francouzského týdeníku vycházel pouze měsíčně. Na jeho stránkách nebyly kritické recenze ani polemiky, místo toho se časopis soustředil na výtahy z nových knih a jejich anotace, drobné vědecké práce, krátké eseje a poznámky.

Tyto tři časopisy zastupovaly tzv. polyhistorické počátky vědeckých časopisů. Od 18. století již začaly vznikat specializované vědecké časopisy, které sice nebyly tak populární, ale měly velký vědecký přínos. Kromě jiného se tyto časopisy zaměřovaly na medicínu, právo, teologii, filozofii, historii, přírodní vědy, ekonomii, lesnictví, vojenství či technické obory.

K časopisům patří také již výše zmíněná periodika, která šířila osvícenské ideály. Nebyla jen tištěná, šířila se i rukopisně a často ilegálně. Byla určena pro elitní publikum, přední intelektuály a korunované hlavy (např. Bedřich II., Kateřina II.), a obsahem byly literární portréty, kritiky a črty ze společenského a uměleckého dění v Paříži, aktuální informace o technice a vědě, ale také články vysvětlující smysl a cíle osvícenství.

#### Literární a umělecké časopisy

V 17. a 18. století beletrie a poezie vycházely pouze v časopisech se zábavní tematikou, ve vědecky orientovaných časopisech bylo zobrazováno umění. To se začalo

měnit až na přelomu 18. a 19. století, kdy začaly vznikat literární časopisy. Výjimečně se začali objevovat jejich předchůdci již dříve.

Jeden z prvních časopisů na pomezí literárního a vědeckého žánru byl vydáván v Amsterdamu v letech 1684 – 1687, jehož obsah byl již předosvícenský. Vydavatel časopisu, hugenotský emigrant Pierre Bayle, byl tolerantní nejen vůči náboženským minoritám, ale také ateistům.

V Německu vydával předchůdce literárních časopisů právník Christian Thomasius, reprezentující raně osvícenské představy. Ten byl proti konfesijní nesnášenlivosti, předsudkům a pověrám, krutosti a omezenosti dobové justice, využívající útrpné právo. V Lipsku vydával časopis, propojující vědu a literaturu, jehož dlouhý barokní název je zkracován jako „Monatsgespräche“, a to v letech 1688 – 1690. Na rozdíl od strohých vědeckých časopisů jeho styl nepostrádal humor, zábavnost, ironii a břitkost, hojně využíval dialog. Byl určen spíše vzdělaným čtenářům.

### **Tištěná média v éře modernity**

#### Proměna významu

V době vytváření moderní společnosti se tištěná média stala objektem působení trhu. Na konci první třetiny 19. století se stávají více komerčními, což na přelomu 19. a 20. století vedlo k tvorbě průmyslu tištěných médií.

V 19. století docházelo k bohaté diferenciaci časopiseckých žánrů, přibyl žánr „rodinný časopis“ a také ilustrované magazíny. Obecně časopisy nabízely rozvoj pro politickou komunikaci, docházelo k rozvoji humoristických časopisů, které se zaměřovaly na politickou satiru. Tomu napomáhaly karikatury, což byla nová podoba ilustrace. Následujícím významným typem byly časopisy pro ženy, které v této době zažívaly velký rozkvět.

Nejrychleji se časopisy šířily ve velkých městech. Ve městech, kde žilo nejtolerantnější publikum, kterému byly časopisy určeny, se rozvíjely nejvíce progresivní časopisy, ilustrované magazíny a humoristické časopisy – tedy v Londýně, Paříži, New Yorku, o něco později v Berlíně a Mnichově.

Obrovský nárůst rozvoje časopisů byl zaznamenán ve Spojených státech a také v Německu.

### **Tištěná média ve 20. století**

Co se týče časopisů, počátek je ohraničen první světovou válkou (1914 – 1918), konec pádem komunistických diktatur v osmdesátých a devadesátých letech. Doba je charakteristická především krizí moderní společnosti a jejím dozníváním.

V meziválečném (1918 – 1939), válečném (1939 – 1945) i poválečném (1945 – 1991) období byly za řešení krize považovány totalitářské režimy. Poválečné období bylo typické mocenským a ideologickým bojem dvou vytvořených bloků – liberálně demokratického Západu v čele s USA a komunistického Východu vedeného Sovětským svazem.

Tištěná média vstupovala do 20. století ve vedoucím postavení. Ale již ve třicátých letech se pro ně stala velkou konkurencí rozhlasová vysílání. Příčinou byla cenová dostupnost rozhlasových přijímačů a atraktivní rozhlasová produkce. V padesátých a šedesátých letech vzrůstala obliba televize, což z ní postupně činilo nejdůležitější masové médium století. Díky ní ustupovaly do pozadí nejenom noviny, ale také časopisy, zejména do té doby populární obrázkové magazíny.

Spolu s oslabením časopisů a novin docházelo také k ústupu literární komunikace. Rozvíjela se naopak komunikace audiální a vizuální, rozšíření a dosah tištěných médií byl však stále obrovský.

V tomto období se časopisy stále více sdružovaly do úzkého segmentu vlastníků, tzv. mediálních magnátů. Především v anglosaských společnostech byla produkce časopisů sjednocena do gigantických mediálních společností, kam spadaly také televizní a rozhlasové společnosti, hudební a filmové podniky, vydavatelství a komponenty polygrafického průmyslu. Svoboda tištěných médií již nebyla ohrožována státem, ale rozmachem velkým společností se soukromými ekonomickými a politickými zájmy.

#### Regulace a kontrola

Na přelomu 19. a 20. století společnost směřovala ke stále větší svobodě jedince. Důsledky první světové války s sebou proto přinesly rozčarování.

Během nebo krátce po ní se k moci dostaly totalitářské režimy, poté nacionální socialismus, a využívaly nejrůznějších technik a nástrojů, určených ke kontrole. Tyto režimy svobodu tisku a svobodu projevu zavrhovaly jako přežitek.

Ve druhé polovině 20. století se do popředí dostala problematika lidských práv, především v reakci na hrozbu totalitářských hnutí.

O tištěných médiích se někdy mluví jako o „hlídacím psu demokracie“ v souvislosti se západním světem, kde média plnila kontrolní funkci a kritickou zpětnou vazbu ve vztahu ke společnosti a politickému systému.

Kontrola probíhala pomocí interní cenzury, tedy cenzura pomocí cenzorů, pracujících v redakcích, teprve poté následovala externí cenzura. Nejdůležitější částí byla autocenzura.



### Tvůrci mediálních obsahů

Na rozdíl od předešlých období byla posílena hierarchická struktura redakce. V čele stál šéfredaktor, zodpovídající za obsah tištěného média, a který měl za úkol organizaci redakční práce. Zodpovídal se vydavateli, řediteli nebo redakční radě, ale navenek redakci zastupoval právě šéfredaktor. Jeho pomocnou rukou byl zástupce šéfredaktora, přímo podřízeni mu byli vedoucí rubrik. K další vedoucí funkci patřil vedoucí vydání, který zodpovídal za obsah a formu daného čísla a zařazení aktuálních informací do obsahu, pokud bylo třeba. Editor měl za úkol vydání celého čísla, nebo jen určitého úseku, stránky, definitivní redakci materiálů apod.

Redakce se skládala z redaktorů, většinou pracujících na trvalý úvazek. Podle funkčního zaměření se dělili na zpravodaje, reportéry, redaktory v užším slova smyslu, komentátory, publicisty ad. Úplně striktní rozdělení ale nebylo zcela proveditelné.

Výslednou podobu ovlivňovali také grafici, fotografové a výtvarníci, kteří se podle zaměření ještě dále specializovali. Novým odvětvím byli také fotoreportéři, kteří byli zároveň profesionálními fotografy i novináři, a museli být schopni zhodnotit přínos dané situace.

Nejvýznamnější změnou, odlišující 20. století od předešlého, bylo oficiální zapojení žen v redakcích. Před druhou světovou válkou tato proměna začala, po ní se plně rozvinula. V zemích, kde byl tzv. reálný socialismus, si ženy musely poměrně rychle najít práci, a to ještě urychlilo tento proces. Ještě v polovině 20. století však bylo patrné, že muži se více věnovali politickým a ekonomickým tématům, zatímco ženám byla přenechána témata o školství, zdravotnictví a kultuře. Tato „genderová determinace“ do jisté míry přetrvává i na přelomu 20. a 21. století.

## **PRAKTICKÁ ČÁST**

Praktická část je zaměřena na rozdělení časopisů pro ženy do několika rubrik podle vzniku názvu a tematického zaměření časopisu. Základní rozdělení časopisů je jejich rozdělení na zahraniční a ruské. Obsahuje také kapitolu, zkoumající četnost a oblíbenost ženských jmen v Rusku.

### **Zahraniční časopisy**

Tato kapitola obsahuje celkem šestnáct zahraničních časopisů.

#### **ELLE**

Elle (rusky Эль) je ženský časopis o módě a stylu. Vydává se ve 29 verzích ve více než 60 zemích světa. Ve většině z nich vychází každý měsíc, ve Francii každý týden. Časopis pojednává o ženské módě, kráse a zdraví, a také o zábavě a trávení volného času. Název „Elle“ znamená francouzsky „ona“. (wiki.wildberries.ru)

#### **Koncepce časopisu Elle**

Unikátní koncepce Elle je pohled na módu přes životní styl. Časopis se řídí principem „mix&match“ (z angličtiny míchej a kombinuj), kdy se modely luxusních značek kombinují s oblečením ze střední cenové kategorie. Tento přístup názorně představuje hlavní zákon Elle: osobitý styl je důležitější, než současné módní trendy. V časopise jsou publikovány články o kráse, přehled kosmetických novinek, aktuální zprávy o celebritách, zprávy o cestování atd. V každém čísle časopisu Elle jsou přiloženy vzorky kosmetiky a parfémů. Publikace poskytuje doporučení, ale nevnučuje vlastní představy o stylu. (wiki.wildberries.ru)

„Věříme v paradoxy a jsme schopni být zároveň ironičtí a seriózní, intelektuální a povrchní, komerční a umělečtí. Věříme snům, ale chceme žít v realitě. Věříme na minulost, současnost, budoucnost a umíme to zkombinovat. Věříme v Elle.“

Jelena Sotnikova, hlavní redaktorka Elle Rusko (wiki.wildberries.ru)

Časopis Elle je určen pro ženy, které zajímá móda a které se starají o svůj zevnějšek. 82% čtenářek je ve věku od 18 do 49 let. V souladu s obsahem časopisu je pro ně typická otevřenost, nezávislost, ženskost, půvab, zvědavost, ironie. Čtenářky Elle jsou samostatné a solventní. Celkový počet čtenářů časopisu tvoří více než 5 milionů lidí, přičemž 5-10% tvoří muži. (wiki.wildberries.ru)

#### **Verze**

Časopis Elle je vydáván ve 29 verzích: francouzské, americké, britské, ruské, italské, německé, korejské, švédské, brazilské, nizozemské, japonské, taiwanské,

kanadské (pro provincii Quebec je zvláště vydávána verze ve francouzštině), čínské (v Hong Kongu je také samostatná verze), indické, české, španělské, jihoafrické, norské, maďarské, slovenské, turecké, thajské, dánské, belgické, ukrajinské a finské. (wiki.wildberries.ru)

Jsou vydávány také následující publikace značky Elle:

**Elle Decor** (Elle Decoration (Elle Décor)) je časopis o moderním interiéru, vycházející každý měsíc. Naleznete v něm poslední trendy ve výzdobě místností, exkluzivní rozhovory s designéry a architekty, fotografie nejlepších domů světa, praktické rady ohledně výzdoby atd. Publikace je vhodná pro ty, kdo touží vyjádřit svou individualitu prostřednictvím domácího interiéru. Čtenáři časopisu jsou nároční na kvalitu bydlení, zajímá je móda, jsou odhodlaní realizovat vlastní nápady v dekoraci místností. Elle Decoration se vydává ve 25 zemích světa. (wiki.wildberries.ru)

### **Elle Girl**

Elle Girl je časopis pro dívky ve věku od 14 do 23 let, vydávaný každý měsíc. Obsahuje rady pro vytvoření vlastní image, články o lásce a vztazích, zprávy o celebritách atd. Publikace se drží tradic Elle a poskytuje svým čtenářkám nejnovější poznatky o módě. Časopis je určen pro dívky, které chtějí být ženské a stylové, samostatné a vnitřně svobodné. Tištěné vydání Elle Girl vychází v Rusku, Korei, Taiwanu, Japonsku a Nizozemí. (wiki.wildberries.ru)

### **Elle Deluxe**

Elle Deluxe, vycházející každé 3 měsíce, je časopis o luxusu a bohatství, ve kterém jsou články o činnosti lidí s nepřebornými možnostmi, přehled o majetku luxusní třídy, rozhovory s hvězdami světového rozměru, články o místech pro relaxaci vyvolených atd. Je vydáván od roku 2006. Elle Deluxe je projekt výhradně vydavatelství Hearst Shkulev Media, který je vydávaný pod značkou Elle. Takto popisuje své čtenáře hlavní redaktor Elle Deluxe Nelli Konstantinova: „Umí nosit brilantní tiáry a otvírají organické farmy na Sibíři. Ví vše o uměleckých aukcích a sami řídí letadla. Se zavřenýma očima dokáží rozeznat aroma vín a dovolenou tráví v amazonských hlubokých lesích daleko od civilizace.“ (wiki.wildberries.ru)

### **Tatler**

Tatler (anglicky mluvka, drbna) je „hvězdný“ časopis o módě a společenském životě, založený ve Velké Británii v roce 1901. Je pojmenován na počest jednoho z prvních časopisů, vydávaného každý den Steelem a Addisonem v letech 1709-1711. (ru.wikipedia.org)

První číslo ruské verze časopisu vyšlo v září 2008. (ru.wikipedia.org)

Ruská verze časopisu je projekt nakladatelství Condé Nast. Kromě exkluzivních fotek se v časopise objevuje spousta různých článků. Pro tento časopis píše Gennady Jozefavičus, Xenia Sobčak, Stěpan Michalkov, Božena Rynska, Andrej Fomin, Maxim Semeljak. (ru.wikipedia.org)

Bývalá hlavní redaktorka ruského časopisu Tatler je Viktoria Davidova, která dříve stála v čele časopisu Glamour. 28. července 2010 byla hlavní redaktorkou časopisu jmenována Xenia Solovova, dříve vykonávající funkci zástupkyně hlavní redaktorky Viktorie Davidovy. Ta byla pověřena vedením Vogue Russia, a to z důvodu odchodu předchozí šéfredaktorky časopisu Aleny Dolecké. (ru.wikipedia.org)

### **Vogue (Bor)**

První číslo Vogue vyšlo v Americe v roce 1892. V srpnu roku 1998, kdy v Rusku vypukla ekonomická krize, byla reklama nového časopisu se supermodelkami Kate Moss a Amber Valletta na Rudém náměstí na obálce se sloganem „Konečně v Rusku“ vnímána jako nepovedený vtip. Nicméně Vogue se povedlo překonat všechny obtíže a stal se nejen hlavním ruským časopisem o módě, ale vlajkovou lodí veškerého lesklého tisku země, vzorem každoměsíčního lesklého časopisu na zcela nové, mezinárodní úrovni. Pro ruský Vogue fotili Helmut Newton, Peter Lindbergh, Steven Meisel a Paolo Roversi. Pro Vogue se nechali nafotit například Renata Litvinova a Ingeborga Dapkūnaitė, Nikita Michalkov a Oleg Menšikov, Viktor Pelevin a Zemfira. (condenast.ru)

V roce 2010 se hlavní redaktorkou ruského Vogue stala Viktoria Davidova. (condenast.ru)

Od roku 2008 v Moskvě a od roku 2012 v Petrohradu organizuje Vogue každoroční svátek módy a nákupů – Fashion's Night Out. Tento den zve časopis své čtenáře do butiků a obchodních domů, kde je čekají dárky a překvapení, setkání s oblíbenými designery, modelkami a stylisty. (condenast.ru)

### **Diana Moden**

V každém čísle jsou poskytnuty předlohy, které jsou vhodné na každou životní událost, zahrnující podrobné instrukce a bezchybné stříhy: elegantní, klasické, každodenní, sportovní a pracovní. Každý vzhled je snadno dostupný a proveditelný v domácích podmínkách. Časopis bude užitečný pro všechny ženy: i pro ty, které se už dávno zabývají šitím, i ty, které se rozhodly zkusit šít poprvé. (burda.ru)

## **Burda media company**

### **O nakladatelství**

Nakladatelství Burda bylo založeno v roce 1995. Zakladatel ruského nakladatelství Burda, německé mediální sdružení podniků Hubert Burda Media, vlastní nakladatelství a společnosti ve 26 zemích světa. Ve východní Evropě, ve složení Burda Eastern Europe, je v současnosti v provozu 6 nakladatelství: v Rusku, Ukrajině, Kazachstánu, Česku, Polsku a Rumunsku. (burda.ru)

V Rusku nakladatelství Burda pokračovalo ve vydávání slavného časopisu Burda, který vychází v Rusku od roku 1978, zavedlo na ruský trh řadu evropských časopisů, a také nové ruské značky. (burda.ru)

V současné době společnost vydává více než 80 periodických časopisů, okolo 60 speciálních vydání svých značek, a je lídrem ruského trhu s periodickým tiskem v prodeji časopisů a pokrytí rozmanitých zájmů čtenářů. Burda se také úspěšně rozvíjí digitálním směrem a připravuje aplikace pro mobilní telefony. Podle TNS Gallup Media čte časopisy nakladatelství Burda více než 34 milionů lidí. (burda.ru)

Mezi časopisy pro ženy, vydávané nakladatelstvím Burda, patří Dobré rady, Dobré rady. Domácí lékař, Dobré rady. Miluji vaření!, Liza, Liza. Moje dítě, Liza. Můj útulný domov, Odpočiň si, Moje překrásná zahrada, Burda, Sabrina, Sabrina. Pletení pro děti, Sabrina baby, Verena, Diana Moden, Můj příběh. (burda.ru)

### **Burda**

Tajemství oblíbenosti časopisu Burda tkví v tom, že díky němu si může každá žena uskutečnit svůj sen a oblékat se módně a krásně. Časopis Burda zosobňuje evropskou módu vysoké úrovně. Publikace se světovým názvem, dobře známé všem ženám, které chtějí být vzorem bezchybného vkusu pro své okolí. Na stránkách časopisu Burda naleznete nejnovější tendence světové módy, novinky z evropských mol, rady ohledně stylu a módní obchodní značky. Každý měsíc vychází nová kolekce oblečení od předních světových designerů. (burda.ru)

Hlavní redaktorkou časopisu Burda je Marianna Makarova. (burda.ru)

### **People**

Časopis People je plný fotografií, podrobných rozhovorů a novinek, všeobecně zaměřených na populární kulturu. Je tedy cenný zdroj v oblasti novinek z Hollywoodu a kulturních trendů v současnosti ovlivňujících Američany. Časopis se nejvíce proslavil svým každoročním zveřejněním vydání „100 Nejkrásnějších lidí“. Ostatní speciální

vydání zahrnují „Nejvíce sexy muž na světě“ a „Nejlépe a nejhůře oblečené celebrity“.  
(magazines.com)

People také informuje o řadě témat, která se netýkají celebrity, jako například knihy, móda, filmy a celosvětové akce. (magazines.com)

První vydání časopisu vyšlo v roce 1974. (magazines.com)

### **US Weekly**

Časopis ze světa kultury a zábavy, který poskytuje čtenářům jedinečný pohled do světa celebrit a hollywoodských neznámějších historek. V každém čísle naleznete fotografie hvězd, stejně jako zajímavé příběhy o tom, jací jsou, když nejsou před reflektory fotoaparátů.

Pravidelné sloupky, včetně „Stejně jako my“, doplňují fotografie, dokazující, že dokonce modelky, herečky a rockové hvězdy musí plnit každodenní povinnosti. Chodí na nákup potravin, vozí děti do školy a venčí psa. Mají rodiny a občas jí jídlo z rychlého občerstvení... stejně jako my. (magazines.com)

### **Cosmopolitan**

Módní časopis pro zábavné, odvážné a troufalé ženy, které chtějí v životě dosáhnout všeho – skvělých vztahů, dobrého zdraví, moderního oblečení, krásy, dobré kariéry. Cosmopolitan také přináší poslední novinky ze světa celebrit, o práci a penězích, o tom, jak zůstat zdraví, o mužích, randění a vztazích, zábavě, seberozvoji a ženských záležitostech. V každém vydání naleznete kromě jiného také populární Cosmo kvízy, díky kterým toho můžete o sobě více zjistit. (magazines.com)

### **Real Simple**

Časopis pro ženy, který poskytuje jednoduché strategie pro zjednodušení každodenního života pro moderní ženy, aby si mohly užívat své pohodové chvíle. První číslo měsíčníku vyšlo v roce 2000. Pyšní se efektivitou, organizovaností a jednoduchostí v oblasti vedení domácnosti, zdraví a stylu. Každé číslo například zahrnuje řešení pro vylepšení interiéru a exteriéru domova, zdravé návyky, které podpoří lepší životní styl, jednoduché recepty a nápady pro zábavu skutečných lidí. Časopis je plný tipů na to, jak zjednodušit každodenní život, jako například organizační tipy, díky kterým budete efektivnější, kosmetické rady, díky kterým zrychlíte svou každodenní ranní rutinu, urychlení plánování dovolené a zábavy, a kontrolní seznamy, které vám pomohou lépe zvládat váš život. (magazines.com)

### **Health (Zdraví)**

Health je časopis o zdraví a fitness, který se zaměřuje na ženy, které chtějí žít zdravě. Health motivuje ženy k tomu, aby byly šťastné a zdravé každý den už od roku 1981. Je nabitý články o tom, jak zůstat ve formě, vypadat skvěle a cítit se fantasticky. Health obsahuje poslední novinky týkající se zdraví, profesionální rady a trendy, akční a dosažitelné strategie, taktiky pro zvládnutí psychické pohody, praktická kosmetická řešení a chytré tipy ohledně stravy. Každé vydání časopisu je rozděleno do těchto hlavních kategorií: Miluj svůj vzhled, soubor nejlepších kosmetických produktů, tipů a rad, jak vypadat mladě; Nejlepší forma, které zahrnuje vše od cvičebních plánů až po zachování pevné vůle a odolávání nutkání si příliš dopřávat; Žij zdravě, přehled wellness novinek a rádce k určování vlastní diagnostiky; a Skvělé jídlo, která nabízí recepty a chytré rady týkající se stravování. Dvě nejoblíbenější rubriky, které naleznete v každém vydání, jsou Nejlepší život nyní, nejužitečnější novinky o duševní pohodě, výživě, fitness, kráse a zdraví; a Připrav si lepší, rádce, jak si nachystat své oblíbené jídlo. (magazines.com)

### **Good housekeeping (Dobré vedení domácnosti)**

Nejlepší časopis pro ženy, zaměřený na praktické rady týkající se všeho, co potřebujete, abyste měli skvělý domov. Obsahuje vše od snadných receptů a organizace domácnosti až po testy produktů a kosmetické tipy proti stárnutí. (magazines.com)

### **Vanity Fair**

Propracovaný ikonický časopis pro ženy o životním stylu a módě stylově předvádí poslední módní a kosmetické trendy mezi celebritami, a zároveň přináší přehled o současné kultuře. Během více než stoletého publikování se časopis Vanity Fair stal symbolem módy, krásy a kultury, a ukázal čtenářům, že trendy, které definují současnost, jsou zároveň smyšlené i reálné, stejně jako pronikavé a inspirující profily. Nad rámec drobných drbů a směšných klepů se Vanity Fair soustřeďuje na skutečné životy mužských a ženských hvězd, zkoumá jejich styl jako zdroj inspirace a kulturního vlivu. To jsou novinky ze světa celebrit, na kterých opravdu záleží. Kromě pozornosti, věnované celebritám a stylu, Vanity Fair obsahuje také soubor rubrik o společnosti, byznysu, politice, krimi a současné události. Během roku publikuje také několik speciálních vydání pro bližší pohled na určitá témata, spojená se stylem, kulturou a mladými vůdci v Hollywoodu. „Hollywood Issue“ („Hollywoodské vydání“) se vydává každý březen a „Style Issue“ (Vydání o stylu) vychází v září. (magazines.com)

### **Better Homes & Gardens (Lepší domovy a zahrady)**

Časopis o domově a zahradničení pro ženy, který je věnovaný tvorbě lepšího domova a ohromných zahrad tím, že poskytuje tipy o vedení domácnosti a zahradničení a zdravé recepty pro celou rodinu. (magazines.com)



## **Ruské časopisy**

Kapitola obsahuje celkem 43 časopisů. V kategorii Svátba jsou dva časopisy, v kategorii Těhotenství také a v kategorii Děti čtyři časopisy. Rubrika Životní styl obsahuje jedenáct časopisů, což je nejpočetnější skupina, Vaření dva a časopisů o pletení je pět. Časopisy, zaměřené na bydlení, jsou čtyři, zahradou se zabývají tři. Kategorie Zdravotnictví obsahuje také tři časopisy. Časopisů, nazvaných podle vlastních ženských jmen, je sedm.

- **Rodina**
- **Svátba**

### **Bereme se (Мы женимся)**

Svatební časopis „Bereme se“ poprvé spatřil světlo světa ve městě Čeboksary v roce 2008. Vychází jedenkrát měsíčně. Pracovníci matričního úřadu doručují každé nové vydání časopisu novomanželům, kteří podají žádost o uzavření sňatku na úřadě. Časopis už mohli ocenit novomanželé ve městech Čeboksary, Novočeboksarsk a dalších velkých městech Čuvačské republiky. (mi-zhenimsya.ru)

Časopis o svatbě je skvělým místem pro reklamu, orientovanou na budoucí novomanžele. (mi-zhenimsya.ru)

Každé číslo je vytvářeno s velkou láskou, inspirací a vkusem. Své zkušenosti předávají nevěstám a ženichům nejlepší svatební experti ve svém oboru, kteří se s nimi také dělí o své nápady a užitečné rady. Redaktoři časopisu jsou vždy otevření ke spolupráci se specialisty, kteří mají co říct budoucím novomanželům. Vždyť ty nejcennější rady jsou rady, podložené vědomostmi a zkušenostmi profesionálů. (www.mi-zhenimsya.ru)

V rámci svatebního časopisu „Bereme se“ byl vypracován speciální slevový systém, umožňující budoucím manželům připravit se na oslavu a výrazně ušetřit ve svém rozpočtu. (mi-zhenimsya.ru)

### **Šťastná svatba (Счастливая свадьба)**

Časopis „Šťastná svatba“ vychází už více než 10 let. Podporuje jej řada významných partnerů, především matriční úřad a starosta Moskvy. Z toho vyplývají dvě příjemné zprávy: zaprvé – na jakoukoli matriku si novomanželé podají žádost o úřední sňatek, zaručeně dostanou jako dárek časopis „Šťastná svatba“; zadruhé – na jeho stránkách vás přivítá starosta Moskvy Sergej Sobjanin. Jsou to sice drobnosti, ale jistě užitečné a příjemné. (happysvadba.ru)

Redaktoři do každého čísla časopisu a také do katalogu na internetu dodávají informace nejméně o 500 nabídkách na trhu se svatebními produkty, výrobky a službami. Díky tomu, že mají vše na jednom místě, tak novomanželé šetří čas s hledáním. (happysvadba.ru)

Redakce je pyšná na své talentované členy. Jinak by to ani nešlo, protože pouze tito profesionálové se mohou účastnit takového projektu, který lidé potřebují v jejich nejšťastnější den v životě. Potvrzuje to jak spokojenost čtenářů, zasílajících děkovné e-maily a žádosti o radu a pomoc, tak vítězství časopisu v mezinárodní soutěži „Titulní strana roku“. (happysvadba.ru)

#### o **Těhotenství**

##### **Čekám dítě (Жду малыша)**

„Čekám dítě“ je jedinečný časopis na ruském trhu v kategorii „poradenství pro těhotné ženy“, praktický rádce pro nastávající maminky. Nyní vychází také v elektronické formě. Ta je stejná, jako tištěná, a lze ji snadno číst na jakémkoli elektronickém zařízení: počítač, notebook, tablet, zahrnující i iPad, smartpohone. (konliga.biz)

##### **9 měsíců (9 месяцев)**

Časopis „9 měsíců“ vychází od roku 2000. Věnuje se těhotenství a porodu, také se v něm osvětlují otázky ohledně příprav na těhotenství, období po porodu, zdraví, stravě a péči o dítě během prvního roku jeho života. (9months.ru)

Pochopitelně, že v první řadě je časopis „9 měsíců“ určený pro těhotné ženy, ale jistě i pro budoucí tatínky bude zajímavé zjistit něco nového o procesech, probíhajících v ženském těle v období těhotenství. Tyto znalosti jim pomohou lépe pochopit svou druhou polovičku. Články čtou dokonce rodiče mladých maminek a tatínků, což jim umožňuje lépe se zorientovat v současném přístupu k péči, stravování a rozvoji dítěte, a poskytnout jim poučné a pohotové rady. (9months.ru)

Autoři časopisu patří k předním specialistům ve svém oboru. Jsou to gynekologové a porodníci, pediatři a doktoři dalších specializací, a také psychologové, pedagogové a právníci. Čtenáři poskytují analýzu nejrůznějších situací, týkajících se medicínských, psychologických, právnických otázek, se kterými se mohou setkat budoucí rodiče nebo rodina s dítětem. Dostupnost vysvětlení poskytuje čtenářům možnost lehce získat potřebné informace. A systematické poskytování materiálu umožňuje seznámit se s libovolným problémem do hloubky a objektivně, nahlédnout na ni z různých úhlů pohledu a z nejmodernějšího pohledu. (9months.ru)

Na internetových stránkách časopisu se nachází spousta článků, které byly dříve publikovány v tištěné verzi. Je zde možnost zadat dotaz odborníkovi, seznámit se s ohlasy na porodnice, zúčastnit se různých soutěží a pobavit se na fóru s nastávajícími maminkami, podělit se o své radosti a starosti, možná si i najít nové přátele. (9months.ru)

○ **Děti**

**Mami, to jsem já! (Мама, это я!)**

Časopis „Mami, to jsem já!“ spojuje v jednom vydání témata, věnovaná dětskému zdraví, stravě, psychologii a výchově dítěte, novinkám v oblasti dětských výrobků. Naleznete zde mnoho užitečných rad a poznámek uznávaných specialistů, profesionálů ve svém oboru. (konliga.biz)

**Liza. Moje dítě (Лиза. Мой ребенок)** (také vlastní ženské jméno)

Časopis „Liza. Moje dítě“ každý měsíc poskytuje nejdůležitější informace pro matky a otce, které zaujmají prakticky celé spektrum zájmů mladých rodičů. A ještě navíc odpovědi na jakékoli rodičovské otázky, těhotenský kalendář, rady a doporučení budoucím maminkám. Po narození dítěte popisuje první dny a měsíce jeho života, kojení. Ve škole pro maminky na dotazy odpovídá dětský doktor. Časopis nezapomíná ani na mužský přístup, proto vychází praktická příručka pro milující tatínky. Dětský svět: počáteční studium a tvorba. Časopis „Liza. Moje dítě“ je spolehlivý pomocník, dobrý kamarád a kompetentní rádce během nešťastnějšího a také důležitého období života mladé rodiny. (burda.ru)

Vydavatelkou je Anastasia Derbentseva, hlavní redaktorkou je Jelena Girutskaja. (burda.ru)

**Sabrina baby (Сабрина беби)** (také vlastní ženské jméno)

Publikace svým čtenářům nabízí exkluzivní předlohy pro děti od narození do 3 let v různých stupních obtížnosti. Mladé maminky a babičky, které rády strojí své děti do vlastnoručně vyrobených módních výstřelků, zde mohou najít zajímavé komplety dětského oblečení. (burda.ru)

**Máma a dítě (Мама и малыш)** (také těhotenství)

Časopis se vydává od roku 2004. Vydání je určeno především pro mladé maminky, logicky navazující na populární časopis o těhotenství a porodu „9 měsíců“, ale orientující se na ty, které už zakusily pocity mateřství, první krůčky a slůvka dítěte. (2mm.ru)

Odjakživa byla na maminky kladena zodpovědnost za zdraví a rozvoj dítěte. Současné matky nejsou výjimkou. A nehledě na to, že je kolem nich spousta

vymožeností v oboru vědy a medicíny, tím hlavním a nejcennějším zůstávají informace. To nejtěžší pro nastávající matky je vybrat si ze spousty rad na internetu, v knihách a v televizi takové, které budou vyhovovat právě jejich dítěti. Kdy je načase začít s příkrmy, jít na očkování, učit se číst a další. Časopis proto nabízí kompetentní informace, spojené s dětským zdravím, stravou a jejich rozvojem. Spolupracuje s profesionálními lékaři, pedagogy a dětskými psychology, kteří pomohou se vším, co trápí mladé matky. (2mm.ru)

„Máma a dítě“ může matkám pomoci také v otázce ohledně trávení volného času. Jak se starat o své zdraví po porodu, jak zůstat krásnou nehledě na péči o dítě, jakými tvůrčími činnostmi si zpestřit život a kam zajít s celou rodinou o víkend – to vše je na stránkách tohoto časopisu. (2mm.ru)

Hlavní redaktorkou časopisu je Jana Kononova. (2mm.ru)

- **Zájmy a činnosti**

- **Životní styl**

- **Odpočiň si! (Отдохни!)**

Časopis s popiskem „Hvězdy tě čekají!“. (burda.ru)

„Odpočiň si!“ je týdeník o životě celebrit, o všem, co se děje s oblíbenými hvězdami a známými osobnostmi, které jsou v současné době populární a proslavily se už před mnoha lety. V každém čísle naleznete příjemné překvapení: velká cesta snů a losování o cestu pro dva do daleké země. (burda.ru)

Hlavní redaktorka je Inna Stěpanova. (burda.ru)

- **Hry a hračky (Игры и игрушки)**

Hry a hračky je časopis pro dospělé, kterým není lhostejné, s čím si jejich děti hrají. Všechno začíná hrou, a proto lidé začínají svým dětem kupovat hračky už v nízkém věku. Není však jednoduché se vyznat v obrovském výběru herních produktů, které výrobci nabízí. Pro každého rodiče a pedagoga je důležité, aby hračka přinášela radost, rozvíjela zručnost a dovednosti, napomáhala všestrannému rozvoji osobnosti dítěte a v žádném případě neškodila zdraví. (i-igrushki.ru)

V časopise najdete informace, s jejichž pomocí mohou komunikovat všichni, kdo jsou nějakým způsobem spojeni s výrobou nebo používáním herního materiálu. Výrobci nabízí své výrobky, specialisté je hodnotí, a rodiče zanechávají své recenze o různých hrách a hračkách. (i-igrushki.ru)

### **Hry a hračky. Expert (Игры и игрушки. Эксперт)**

Časopis publikuje materiál odborníků, kteří se ochotně dělí o své zkušenosti, a čtenářům nabízí možnost používat tyto zkušenosti. Obsah činností, plány prázdnin a zábavy, volnočasové aktivity, plánování a herní technologie. To všechno se bude hodit pedagogům a psychologům při přípravě efektivního vzdělávacího procesu. (i-igrushki.ru)

### **Hry a hračky. Výrobky pro děti. Příručka (Игры и игрушки. Товары для детей. Гид)**

Reklamní oborový časopis Hry a hračky. Výrobky pro děti. Příručka je určen pro odborníky v oblasti přípravy, výroby a prodeje her a hraček, a také výrobků pro děti. (i-igrushki.ru)

Vydání, pomáhající odborníkům najít potřebné kontakty v odvětví dětských výrobků a zjistit novinky na trhu. Publikuje analytiku odvětví, zkušenosti v podnikání, užitečné materiály pro vedoucí společností a podnikatele v oblasti právních služeb, účetnictví, PR a marketingu. (i-igrushki.ru)

### **Hubneme správně (Худеем правильно)**

Specialisté, spolupracující s tímto časopisem, tedy dietologové, psychologové, fitness trenéři, vypracovali unikátní systém, který pomáhá nejen shazovat přebytečná kila bez poškození zdraví, ale také udržuje ideální hmotnost po celý život. Základem systému nejsou zvláštní diety nebo cvičení, a zvláštní vztah sám k sobě a svým návykům. (hudeem-pravilno.ru)

### **Zhubni! (Похудей!)**

Časopis pro ženy, které usilují o to být ve výborné fyzické formě, líbit se sobě a svému okolí, které se starají o svůj zevnějšek, zdraví a duševní harmonii. (konliga.ru)

### **Módní účesy (Стильные причёски)**

Časopis pro mladé ženy o kráse. Poskytuje velké množství aktuálních účesů a doporučení pro jejich vytvoření v domácích podmínkách. Rady pro péči o vlasy, obličej a tělo poskytují profesionálové z řad kadeřníků, zkušenosti s nuancemi vytvoření make-upu předávají odborníci s několikaletou praxí. (konliga.ru)

### **Země rad, tajemství, receptů (Страна советов, секретов и рецептов)**

Časopis vychází od roku 2011. Obsahuje různá témata, týkající se každodenního života: zdraví a krása, informace o uspořádání domu a chaty, užitečné rady o vaření a vedení domácnosti, opravách a stavbě, péči o domácích mazlíčcích a mnoho dalšího. (fenix-media.com)

### **Šťastná a krásná (Счастливая и красивая)**

V každém čísle časopisu jsou témata zdraví ženy, novinky v kosmetice a kosmetologii, fitness a jóga, móda a styl, originální recepty, rozhovory s hvězdami ze showbyznysu, příběhy o lásce, exkluzivní kalendář krásy od astrologa. (toloka.com)

### **Dobré rady (Добрые советы)**

„Dobré rady“ je měsíčník pro ženy. Mezi hlavní témata časopisu patří tajemství přitažlivosti, dobré nálady, domácího pohodlí a harmonických vztahů s blízkými. V každém čísle časopisu je rozhovor s celebritou o jejím osobním životě, profesionálních úspěších, bydlení, rodině a dětech. V časopise „Dobré rady“ se lze dočíst o všem, co zajímá moderní ženy: stylové nápady a důraz na módu, novinky v kosmetice, zdravé recepty, které ženám pomohou stát se krásnějšími, děti a rodiče, peníze a kariéra, právnícká poradna, příběhy žen, nezávislé testy domácích spotřebičů, jídla a pití. Každý měsíc časopis „Dobré rady“ publikuje 8 originálních receptů na lístečcích, které je možné si založit do domácí sbírky speciálních jídel. (burda.ru)

Šéfredaktorkou časopisu je Alina Charaz. (burda.ru)

### **Naditá peněženka. Mezi námi ženami (Толстый кошелек. Между нами женщинами)**

V každém čísle se nachází podrobnosti ze života hvězd v osobním rozhovoru, každodenní příběhy čtenářů, jednoduché diety, recepty, spolehlivé rady, jak si zachovat krásu a zdraví po dlouhé roky, seznamka a spousta dobré nálady. (sobesednik.ru)

### **Atmosféra (Атмосфера)**

Časopis odhaluje tajemství rodinného života hvězd, vypráví o nelehkých osudech známých osob, sleduje novinky ve světě módy a zlepšuje náladu. (mk.ru)

Časopis, který pojednává o umění skvěle žít. Mezi základní témata patří: jak dosáhnout úspěchu, nestálost lásky, ponaučení z minulosti a rodinné hodnoty. Hrdiny „Atmosféry“ jsou lidé s překvapivým a neobyčejným osudem. V každém čísle jsou profesionální módní fotografie, nečekané nápady od nejlepších designérů, novinky z kosmetiky a parfumerie a mnoho dalšího. (pressa.ru)

### **Atmosféra krásy (Атмосфера красоты)**

„Atmosféra krásy: profesionálové radí“ je časopis o kosmetickém průmyslu a estetické medicíně. V současnosti na vydavatelském trhu nemá obdoby, protože časopis zaplnil novou sféru působnosti mezi lesklými časopisy. Profesionálové estetické medicíny (vynikající chirurgové, známí dermatologové a velcí distributoři profesionální kosmetiky) srozumitelně vypráví čtenářům, cílovým spotřebitelům profesionálních

estetických služeb, o nejzajímavějších novinkách a nejefektivnějších procedurách v kosmetologii. (mk.ru)

#### o **Vaření**

##### **Dobré rady. Miluji vaření! (Добрые советы. Люблю готовить!)**

„Dobré rady. Miluji vaření!“ je časopis o dobrém jídle, který je podle autorů úplně jiný, než ostatní časopisy o vaření. Všechny otištěné recepty do redakce posílají samotní čtenáři. Každý recept prochází soutěžním výběrem a jeho autor dostane finanční odměnu. Každý měsíc časopis vydává na svých stránkách více než 100 skvělých jídel, které jsou mnohokrát prověřené zkušenými hospodynkami a které mohou s klidem zařadit do své sbírky receptů ti, kteří rádi rozmazlují rodinu a překvapují hosty. S pomocí časopisu je snadné sestavit kompletní obědové menu nebo narychlo uvařit večeři, dodržovat půst nebo uspořádat bohatou hostinu. A navíc mají čtenáři možnost se kulinářské umění dokonale naučit pod vedením šéfkuchaře, který v každém čísle pořádá několik mistrovských kurzů. (burda.ru)

##### **Naše kuchyně (Наша кухня)**

Základem každého čísla jsou osvědčené recepty s fotografiemi. S pomocí časopisu lze jednoduše sestavit každodenní jídelníček i menu na slavnostní stůl. Obsahuje recepty na saláty a dezerty, hlavní chody i přílohy, nápady na ozdobení jídel, recepty od celebrit, moderní diety, podrobné instrukce s fotografiemi na přípravu originálního jídla, školu mladé hospodyňky, kulinární vychytávky a rady od čtenářů. (toloka.com)

#### o **Pletení**

##### **Šik: Šití a střih (Шик: шитье и крой)**

Časopis o šití se střihy, určený pro ty, koho zajímá móda a tvoří si šatník vlastníma rukama. Navíc pomáhá čtenářkám vytvořit svůj vlastní módní styl, doplněný moderními doplňky. V každém čísle je 40 originálních předloh italských návrhářů z časopisu Boutique: elegantní šaty, pohodlné úpletové svetry, kabáty, bundy, sukně i kalhoty aktuálních střihů, dětské předlohy, kolekce pro plnější ženy. Milovnice šití obzvláště zaujmou mužské střihy. (konliga.ru)

##### **Pletení – Váš koníček (Вязание - ваше хобби)**

Časopis o pletení, který se začal vydávat v roce 2002. V každém čísle je 30 předloh pletené módy pro každou sezónu – nejmodernější, nejelegantnější, nejextravagantnější, z nových druhů příze, s exkluzivní výzdobou. (konliga.ru)

### **Susanna Moden (Сюзанна Моден )**

Oblíbený časopis o šití. V každém čísle je více než 40 předloh s podrobnými instrukcemi a archy stříhů. Elegantní a extravagantní, každodenní a večerní, v jakémkoli věku a na všechny životní události – v každém vydání časopisu jsou shromážděny modely, které zaujmou nejširší okruh milovníků šití. (konliga.ru)

### **Sabrina. Pletení pro děti (Сабрина. Вязание для детей)**

V časopise Sabrina „Pletení pro děti“ najdete různé předlohy ve velikostech 86-152. Najdete zde překrásné svetry s plastickými vzory i v žakárové technice, nádherné šaty a šatové sukne se zábavnými motivy, síťovaná bolera i teplá saka, pletené i háčkované, pohodlné oblečení do školy i k odpočinku, a také stylové doplňky, které se budou líbit vašim dětem. (burda.ru)

### **Malá Diana (Маленькая Диана) (také vlastní ženské jméno)**

Malá Diana je časopis o pletení pro ženy, který se v ruštině vydává od roku 1993. V každém čísle je publikováno 15 předloh s podrobnými instrukcemi, náčrty pletení a stříhy. (rukodelka.ru)

Všechny vzory jsou s detailním popisem. Patří mezi ně šaty, saka, svetry, kabáty, pulovry, krajkové pončo, a také nové vzory do domácí kolekce. (journal-off.info)

#### ○ **Bydlení**

#### ▪ **Bydlení**

### **Můj milovaný dům (Мой любимый дом)**

Časopis o tvorbě komfortu a pohodlí v bytě v soukromém domě. Časopis odpovídá na otázku, jak vytvořit maximálně pohodlný a krásný prostor, a využívá při tom jak kvalifikovanou pomoc odborníků, tak své vlastní síly. Úkolem časopisu je napovědět, poradit, nabídnout možnosti. (konliga.ru)

### **Chatařská tajemství (Дачные секреты)**

Univerzální pomocník pro všechny sadaře a zahradníky. V každém čísle jsou nejzajímavější rady čtenářů časopisu, názory expertů a doporučení odborníků na uspořádání sadu. Na stránkách časopisu lze najít užitečné informace o pěstování ovoce a zeleniny, doporučení na sezónní práce v okolí. (konliga.ru)

### **Milovaná chata (Любимая дача)**

Časopise-rádce pro chataře, založený na dopisech čtenářů. Plný ilustrací, obsahuje praktické rady pro zahradnictví, sadařství a krajinný design, doporučení expertů a zahradníků. V každém čísle je sadařský měsíční kalendář. Na dotazy čtenářů odpovídají odborníci a redakce. (konliga.ru)



### **Lisa. Můj útulný domov (Лиза. Мой уютный дом)**

Časopis pro ty, kteří si velmi váží pohodlí, chtějí svůj domov učinit krásným, neustále hledají nové nápady a řešení do interiéru. Vybavení domu a bytu, praktické rady na výzdobu obývacího pokoje, ložnice, kuchyně, koupelny a dětských pokojů. Módní tendence v designu interiéru, exkluzivní reportáže, novinky v nábytku z celého světa. Zajímavé a stylové funkční řešení pro malé obytné místnosti. Užitečné rady, jak mohou čtenáři vlastníma rukama s maximálním efektem a minimálními výdaji přeměnit obyčejné bydlení v přepychový a pohostinný domov, který je originální a zcela odlišný od ostatních. Každé číslo časopisu nabízí aktuální informace o bytovém zboží s adresami obchodů. (burda.ru)

#### ▪ **Zahrada**

### **Květinový záhonek (Цветники в саду)**

Časopis praktických rad pro znalce krásy a milovníky květin. Nepostradatelný pomocník při navrhování a přípravě záhonků, správném výběru květin a rostlin na úpravu oblasti. (konliga.ru)

### **Moje překrásná zahrada (Мой прекрасный сад)**

Nejoblíbenější časopis v Evropě mezi zahradníky. (burda.ru)

„Moje překrásná zahrada“ je ruské vydání nejoblíbenějšího časopisu v Evropě o okrasném zahradnictví pro amatérské zahradníky a majitele předměstských domů, chat a vil. Mezi hlavní témata výtisku patří uspořádání a úprava zahrady, krajinný design a zahradnický ráz, optimální výběr rostlin a péče o ně, praktické sezónní rady zahradníkům. Velká pozornost je v časopise věnována také pokojovým rostlinám, které jsou využívány k výzdobě obytných a kancelářských místností, zimních zahrad, teras a balkonů. Časopis „Moje překrásná zahrada“ je profesionální a vlídný rádce pro ty, kdo se snaží žít v souladu s přírodou. V každém čísle je 16stránková příloha „Naše chata“. (burda.ru)

Vydavatel je Sergej Šustov, hlavní redaktorka časopisu je Světlana Mariničeva. (burda.ru)

### **PrimaFlora (Примафлора)**

Časopis od holandských zahradníků a rostlinářů. (primaflora.nu)

PrimaFlora poskytuje informace o nejrozmanitějších květinách a rostlinách od exkluzivní skupiny pěstitelů a velkoobchodních dodavatelů z Nizozemí s vidinou perspektivy. Ti pro klienty vysazují nejodolnější a nejatraktivnější květiny a rostliny.

Časopis si dává za cíl podporu floristů, a nabízí maximální množství informací o širokém sortimentu kvalitních příkladů rostlinné výroby v Nizozemí. (primaflora.ru)

- **Zdravotníci**

- Zdraví (Здоровье)**

- Zdraví je první a hlavní ruský časopis o zdravém životním stylu. Vychází měsíčně od ledna 1955. (zdr.ru)

- Ze začátku byl časopis spíše věstníkem výchovy ke zdraví: pojednával o organizaci denního režimu, tělesné výchově, prevenci nemocí, léčivých rostlinách. Ale postupně se časopis stal naučně-populárním vydáním. Populárním doslova: v květnu 1990 měsíční náklad dosáhl 18 milionů 155 tisíc exemplářů. Díky této neuvěřitelné sumě se časopis dostal do Guinnessovy knihy rekordů. (zdr.ru)

- V současnosti je Zdraví výrazný a zajímavý časopis o tom, jak dosáhnout fyzického a emocionálního blahobytu, nebýt nemocný, být vždy v dobré formě. (zdr.ru)

- Kráska a zdraví (Красота и здоровье)**

- Časopis obsahuje tajemství ženského půvabu, které se nachází v rubrikách kráska, zdraví, životní styl, psychologie, fitness a výživa, estetická medicína. (kiz.ru)

- Dobré rady. Domácí Lékař (Добрые советы. Домашний доктор)**

- Lidový časopis o zdraví, který se liší od ostatních časopisů s lékařskou tematikou. Důvodem je to, že základ časopisu tvoří dopisy čtenářů. V nich autoři vypráví o tom, jak se vyléčili, dělí se o recepty lidové medicíny, které jsou prověřené vlastními zkušenostmi, a jednoduše se obrací jeden na druhého s prosbou o pomoc nebo radí těm, kteří se neumí vypořádat se svou nemocí. Kromě toho mohou na stránkách časopisu čtenáři dostat konzultaci s vysoce kvalifikovanými specialisty a najít odpovědi na jakékoli otázky. Nejlepší recepty pro zdraví, mládí a dlouhověkost, pohodlný mini formát, nízká maloobchodní cena činí časopis „Dobré rady. Domácí lékař“ velmi přitažlivým pro všechny, kteří se starají o své zdraví. A jako poděkování za rady dostane každý autor otištěného dopisu finanční odměnu v rozsahu 300 rublů. (burda.ru)

- **Literární**

- Můj příběh (Моя история)**

- „Můj příběh“ je nový časopis skutečných a otevřených, veselých i smutných, ale vždy velmi zajímavých životních příběhů. V časopise „Můj příběh“ se poprvé dělí zkušenostmi skutečné ženy a vypráví o překvapivých situacích ve svém životě. Každé dva týdny vychází nejlepší příběhy o lásce a přátelství a také rodinných tradicích, zábavných příhodách, flirtování, mystice a detektivkách. V každém čísle je také rubrika

„Recepty“: 9 nejlepších jídel našich čtenářek. Autoři otištěných dopisů a fotografií dostanou 1000 rublů. (burda.ru)

### **Каравана Дѣjin (Караван историй)**

Časopis „Karavana dějin“ je barevná ilustrovaná publikace, originální svou koncepcí a velmi umělecká díky svému obsahu. Časopis se liší od tradičních ženských lesklých časopisů, a za roky své existence si získal na popularitě u velkého počtu čtenářů. (7days.ru)

V časopise nalezneme uchvacující dějiny o známých lidech, historických událostech a osudech význačných osobností. Je charakteristický nejvyšší kvalitou designu, dostatkem unikátních a originálních fotografií. Mimořádné místo patří exkluzivním fotografickým projektům Jekatěriny Rožděstvenské, které stanovují značkový styl časopisu. (7days.ru)

Časopis vychází také ve vydání КАРАВАН ИСТОРИЙ. КОЛЛЕКЦИЯ. (pressa.ru)

### **Úspěchy a prohry (Успехи. Поражения)**

Časopis „Úspěchy a prohry“ je více, než jen obyčejný časopis pro ženy. Spíše připomíná kompetentní a schopnou přítelkyni, která je kdykoliv připravena sdílet své vědomosti a zkušenosti. (bauermedia.com.ua)

Čtenářky mohou v časopise najít nejen rady ohledně výchovy dětí, rady, týkající se prevence a léčby různých nemocí, ale také reálné příběhy žen, které po střetu s těžkostmi neztratily hlavu a zvládly své problémy úspěšně vyřešit. A nyní jako by svým příkladem říkaly: „Nevzdávejte se v těžké situaci, změňte život k lepšímu.“. Zvýšení sebevědomí a důvěry ve své možnosti je jedním z hlavních cílů časopisu. (bauermedia.com.ua)

Kromě 9 příběhů, které jsou v každém čísle, časopis publikuje také materiály z následujících rubrik: Krása a zdraví, Na vrcholu, Co dělat?, Emoce, humor, horoskop a také křížovka s dárkem. Všechna témata na příběhy pochází z redakční pošty: láska, intriky, problémy s dětmi, setkání a loučení. (bauermedia.com.ua)

### **Успехи. Истории про любовь (Úspěchy. Příběhy o lásce)**

Vydání je založeno na skutečných příbězích čtenářek. Představuje příběhy o lásce a nenávisti, úspěších a nezdarech zároveň. Obsahuje také rady psychologů, kosmetiček, stylistů. (akc.ru)

Čtenářky si mohou přečíst příběhy o lásce čtenářů a obyčejných lidí. Zaujme je také proplétání osudu a odhalení intrik. Nechybí ani šťastné příběhy o lásce. (litres.ru)

## **Úspěchy. Příběhy ze života (Успехи. Истории из жизни)**

Časopis, jehož autory jsou samy čtenářky. Právě ony posílají do redakce své nejtajnější a nejzajímavější příběhy ze života, nejzajímavějších 10 příběhů „z první ruky“ je na stránkách „Úspěchy. Příběhy ze života“. Kromě toho se na stránkách vydání nachází materiály o zdravém životním stylu a sportování, v rubrikách „Zelený svět“ a „Ezoterika“ jsou publikovány užitečné rady, komentáře odborníků různých oborů a, samozřejmě, horoskop. Hlavním cílem redakce a korespondentů časopisu je poskytnout čtenářům možnost podělit se svými životními zkušenostmi s druhými a podpořit radou nebo podporou ty, kteří se ocitli v těžké situaci. Nejzajímavější životní příběhy redakce oceňuje užitečnými cenami. (litres.ru)

Pečlivě napsané milostné linie, jasné zobrazení pocitů a emocí postav, různá dobrodružství, konfrontace, bitva s okolnostmi, strhující námět. (litres.ru)

- **Vlastní ženská jména**

### **Natalia (Наталья)**

Časopis vychází již 15 let a má mnoho stabilních čtenářů. Vydává se na základě střihů, vypracovaných a spojených ruskými (a také ze zemí SNS) designéry a návrháři. Každé číslo časopisu zahrnuje 45-70 střihů pleteného oblečení a doplňků, doprovázené náčrtky, instrukcemi a popisky, a obsahuje stanovené množství stálých rubrik: háčkování, kabáty a svrchní oděv, pletení pro mladé, pletení pro muže, pletení pro děti, doplňky, nápady našich čtenářek, proměnlivé rubriky, které se vyskytují v souladu s obdobím a módními trendy. (konliga.ru)

### **Verena (Верена)**

Časopis „Verena“ láka na pletení pro dospělé i děti. Už dlouhou dobu se drží na prvním místě mezi časopisy o pletení a háčkování pro celou rodinu. Časopis je navržen pro zkušené mistryně řemesla, které zvládnou složité předlohy, vyžadující důkladnou práci, a nevšední konstruktivní řešení. Díky velkému množství stylových předloh, uměleckým fotografiím a vysoké kvalitě tisku je časopis na stejné úrovni jako přední lesklé módní časopisy. (burda.ru)

### **Sabrina (Сабрина)**

Univerzální časopis o pletení a háčkování. Uvnitř vydání vás čekají předlohy pro ženy každého věku, které mají rozdílné zkušenosti s pletením. Najdete zde řadu nápadů, jak vypadat módně a stylově bez mimořádných nákladů. (burda.ru)

Vydavatelkou časopisu je Anastasia Derebentseva, hlavní redaktorka je Věra Pružinina. (burda.ru)

### **Sabrina. Pletení pro děti (Сабрина. Вязание для детей)** (také Zájmy)

V časopise Sabrina „Pletení pro děti“ najdete různé předlohy ve velikostech 86-152. Najdete zde překrásné svetry s plastickými vzory i v žakárové technice, nádherné šaty a šatové sukně se zábavnými motivy, síťovaná bolera i teplá saka, pletené i háčkované, pohodlné oblečení do školy i k odpočinku, a také stylové doplňky, které se budou líbit vašim dětem. (burda.ru)

### **Liza (ЛИЗА)** (také Zahraniční)

Ženský týdeník Liza, poprvé vydaný 6. prosince 1995, nabízí rozhovory s hvězdami, módu a krásu, populární medicínu, rady expertů na výchovu dětí, recepty, neobyčejné životní příhody a dojemné příběhy o lásce. Všechny barvy života pro tebe! (lisa.ru)

Hlavní redaktorka je Natalia Filatova. (burda.ru)

### **Lisa. Můj útulný domov (Лиза. Мой уютный дом)** (také Zájmy a Zahraniční)

„Lisa. Můj útulný domov“ je časopis pro ty, kteří si velmi váží pohodlí, chtějí svůj domov učinit krásným, neustále hledají nové nápady a řešení do interiéru. Vybavení domu a bytu, praktické rady na výzdobu obývacího pokoje, ložnice, kuchyně, koupelny a dětských pokojů. Módní tendence v designu interiéru, exkluzivní reportáže, novinky v nábytku z celého světa. Zajímavé a stylové funkční řešení pro malé obytné místnosti. Užitečné rady, jak mohou čtenáři vlastníma rukama s maximálním efektem a minimálními výdaji přeměnit obyčejné bydlení v přepychový a pohostinný domov, který je originální a zcela odlišný od ostatních. Každé číslo časopisu nabízí aktuální informace o bytovém zboží s adresami obchodů. (burda.ru)

### **Сюзанна Моден** (také Zájmy)

Časopis o šití a ručních pracích. V ruštině se vydává od roku 1996, dříve pod názvem Diana Moden. Od samého začátku vychází ve dvou verzích, a to v tištěné a elektronické. V každém čísle je více než 40 předloh s podrobnými instrukcemi a archy střihů – elegantních a extravagantních, klasických a vytříbených, džínových a kožených, každodenních i na večerní nošení, pro lidi jakéhokoli věku a na všechny životní události, poskytující prakticky neohrazené možnosti pro kombinování. (modanews.ru)

V roce 2017 je v plánu vydat 12 čísel časopisu. Číslo budou připravena se vzory z amerického časopisu „Simplicity“ a podle střihů z nizozemského časopisu „Knip“, se kterým spolupracuje od roku 2016. V číslech roku 2017 budou představeny střihy z následujících oblastí: oblečení pro ženy v konfekčních a nadměrných velikostech,

střihy pro děti, muže, doplňky. Sada střihů je vybírána podle výsledků hlasování čtenářů na internetových stránkách modanews.ru. (modanews.ru)

## **Vlastní jména ženská**

Pro většinu rodin bývá nejdůležitějším kritériem pro výběr dívčího jména krása, a, jak je známo, představy o kráse se u každého poněkud liší. Krásná libozvučná ženská jména bývají většinou jména milovaných žen, nebo jména, která jsou spojena s některými ženami, které jsou neobyčejné a něčím zkrátka ohromují. Zejména taková jména se mohou zdát neobyčejně přitažlivá a harmonická. (mamapedia.com.ua)

Často se stává, že cizojazyčná ženská jména, která mají globální význam, jemuž lidé ne vždy rozumí a chápou jej, jim prostě učarují svým zvukem a melodií. Stojí za to popřemýšlet, zda vybrané jméno zní stejně krásně i ve spojitosti s příjmením rodičů a jménem po otci. Také je třeba promyslet, zda je rozumné sledovat trendy, když pak ve školce bude mít velká část dívek stejné jméno. Kvůli tomu naopak není třeba zacházet do krajností a vybírat nejméně časté a exotické jméno. V dětství by to totiž pro dítě nemuselo být jednoduché, protože by se mu posmívali kvůli přílišné odlišnosti. A jednou z možností je dokonce vymyslet si vlastní jméno. (mamapedia.com.ua)

### **Jak se v Rusku měnila jména od počátku 20. století**

Společnost Merkator vytvořila skvělou vizualizaci dynamiky oblíbenosti jmen v Rusku. V současnosti patří mezi nejčastější ženská jména Jelena, Olga a Natalja. (tjournal.ru)

Velmi zajímavý závěr lze učinit při zkoumání úplného seznamu jmen. Například jména pro ženy Anna a Marija tvořila na začátku 20. století téměř 15% všech jmen, ale poté vlna popularity poklesla v době Stalina. A znovu nabyly na oblíbenosti v období Brežněva. (tjournal.ru)

Společnou tendencí posledních let je různorodost jmen. Od jednoznačných vítězů se přechází k více méně rovnoměrnému rozmístění jmen mezi sebou. (tjournal.ru)

Zároveň mají podíl zcela nová jména, která před 50-60 lety svým dětem nikdo nedával, uvádí statistika. Arina, Karina, Polina se objevily ne tak dávno, ale již stihly zaujmout významná umístění. (tjournal.ru)

Velká část jmen, která byla populární na počátku 20. století, byla úspěšně zapomenuta, a nyní je jen stěží možné potkat dívku Anisju, Efrosinju nebo Ustinju. Také jen zřídka lze potkat Zoju mladší 50-70 let. (tjournal.ru)

Jména, týkající se této bakalářské práce, jsou Natalia, Verena, Sabrina, Liza, Sjuzana a Diana. Jelikož graf obsahuje pouze 235 nejčastějších ruských a ženských jmen, jsou dostupné údaje o jménech Natalia, Liza a Diana. (names.mercator.ru)

Jméno Natalia zaznamenalo největší četnost za vlády Brežněva v letech 1970-1980. Oblíbené bylo také za vlády Nikolaje II. okolo roku 1910 a dále v letech 1950-1960. V současnosti je naopak zaznamenán velký pokles oblíbenosti tohoto jména. Avšak celkově se jméno umístilo na 7. místě. (names.mercator.ru)

Liza (Jelizaveta) je v tabulce celkově 68., po roce 1920 oblíbenost tohoto jména velmi klesla. Nárůst oblíbenosti je zaregistrován až od roku 1990, popularita stále vzrůstá. (names.mercator.ru)

Z uvedené trojice je nejméně častým jménem Diana. Jméno se objevilo až ke konci 70. let, četnost zaznamenalo až v roce 2000. V celkovém počtu jmen je na 107. místě. (names.mercator.ru)



## ZÁVĚR

Tato bakalářská práce pojednává o současných ruských časopisech pro ženy. Cílem práce zjištění, jaké časopisy pro ženy se prodávají v Rusku a popis těchto časopisů. Jelikož obsah úzce souvisí s názvem časopisu, bylo potřebné se v teoretické části práce seznámit s vědní disciplínou, zabývající se vlastními jmény, její definicí, a klasifikací vlastních jmen podle knih od několika autorů. Tato část obsahuje také kapitulu, popisující vznik tištěných médií. V praktické části následují kapitoly s rozdělenými časopisy do rubrik a kapitola o vlastních ženských jménech v Rusku.

Bakalářská práce je rozdělena na dvě kapitoly, první z nich je teoretická, následuje praktická část. Teoretická část je rozdělena na 2 kapitoly. První se zaměřuje na onomastiku jako vědní disciplínu, která se zabývá vlastními jmény. Jednotlivé podkapitoly jsou rozčleněny podle autorů, z jejichž knih byly čerpány potřebné informace. První z nich obsahuje dělení vlastních jmen podle lingvisty V. Šmilauera. Následující dvě podkapitoly vychází z knihy profesora R. Šrámka: Úvod do obecné onomastiky. Zaměřují se na onomastiku jako vědní disciplínu a na několik druhů dělení vlastních jmen podle tohoto autora. Další podkapitola, obsahující dělení vlastních jmen, vychází z práce A. V. Superanské. Druhá kapitola, rozdělená na pět podkapitol, popisuje vývoj a vznik tištěných médií. Předkládá v první řadě vymezení pojmu *tištěná média*, dále pak jejich význam, funkci, podmínky vzniku, následný rozvoj, změnu významu. Jsou zde popsány také další druhy masových médií a tištěných médií, i když spíše okrajově. Řeší se zde také informační zdroje časopisů, ekonomickou situaci, ve které se nacházely, tehdejší technologie. Popisuje odborníky, organizace a vlastníky, podílející se na vzniku časopisů. Demonstruje vývoj časopisů od vědeckých, literárních, uměleckých, politických, kdy byli hlavními redaktory muži, přes kulturní, ilustrované, humoristické, až k časopisům pro ženy, kdy se do vydavatelství a redakcí dostaly také ženy, kterým byla přenechána témata především o školství, zdravotnictví a kultuře. Zmíněna je také regulace, kontrola a cenzura časopisů a tištěných médií obecně.

V praktické části jsou tři kapitoly. První dvě z nich obsahují popis časopisů, třetí se zabývá ženskými vlastními jmény. Časopisy pro ženy jsou rozděleny do dvou základních rubrik, a to na zahraniční a ruské. Zahraniční časopisy, vycházející i v Rusku, byly vybrány podle oblíbenosti a četnosti prodeje. Celkem je jich popsáno šestnáct. Původně ruských časopisů je popsáno čtyřicet tři, a jsou podrobněji rozděleny do čtyř rubrik s názvy Rodina, Zájmy a činnosti, Literární časopisy a časopisy, pojmenované

podle vlastních ženských jmen. Časopisy jsou pak dále rozděleny do podrubrik podle užšího zaměření a obsahují podrobný popis jednotlivých časopisů. Některé časopisy lze zařadit do více rubrik, proto je u nich uvedena také další možnost rozdělení. V kategorii Svatba jsou dva časopisy, v kategorii Těhotenství také a v kategorii Děti čtyři časopisy. Rubrika Životní styl obsahuje jedenáct časopisů, což je nejpočetnější skupina, Vaření dva a časopisů o pletení a šití je pět. Časopisy, zaměřené na bydlení, jsou čtyři, zahradou se zabývají tři. Kategorie Zdravotnictví obsahuje také tři časopisy. Časopisů, nazvaných podle vlastních ženských jmen, je sedm, konkrétně sem patří Natalia, Verena, Sabrina, Liza, Sjuzana a jejich verze s odlišně zaměřenými tématy. Dle ohlasů, uvedených na stránkách popisovaných časopisů, patří k nejoblíbenějším ze všech časopisů zahraniční časopis People, zaměřený na módu, celebrity, krásu, životní styl. Oblíbený je také zahraniční časopis Good Housekeeping, věnující se domácnosti, receptům, ale také zdraví. K populárním časopisům patří také časopisy o módě, kráse a životním stylu Elle a Vogue. Z ruských časopisů je nejoblíbenější časopis Liza, zejména u žen pokročilého věku, a to díky tomu, že obsahuje rady psychologů na různé životní události, rady, týkající se domácnosti a chutné recepty. Poslední kapitola praktické části se věnuje vlastním ženským jménům v Rusku, jejich četnosti a proměně výběru jednotlivých jmen. Zaměřuje se především na ženská jména, podle nichž jsou pojmenovány časopisy, uvedené v této práci. K nejčastějším z nich patří Natalia, v současnosti zaznamenávající pokles oblíbenosti, Liza (Jelizaveta), oblíbené čím dál více, a Diana, jehož popularita v současnosti narůstá ze všech uvedených jmen nejvíce.

Následuje resumé v ruském jazyce, bibliografie a v příloze glosář, tematicky odpovídající obsahu této práce.

## РЕЗЮМЕ

Предлагаемая бакалаврская работа посвящена современным российским женским журналам. Одной из причин, почему я выбрала данную тему, является то, что меня очень заинтересовала ее тема. Я думаю, что в настоящее время современных технологий все меньше людей читает книги и, наоборот, регулярно покупает печатные журналы. Поэтому мне было интересно узнать, какие типы женских журналов выпускаются в России.

Одной из целей настоящей бакалаврской работы является также ознакомление с научной дисциплиной, которая занимается собственными именами, и далее описание классификаций собственных имен по разным специальным публикациям. Далее я стремилась разделить современные женские журналы на категории, в которых были журналы отдельно подробно характеризованы.

Настоящая работа состоит из двух основных частей: теоретической и практической. Теоретическую часть можно разделить на две основные главы, которые делятся на несколько подзаголовков. В теоретической части я использовала работы ученых в данной области. Для описания имен собственных и научной дисциплины ономастика мне очень помогли публикации чешских и российских авторов В. Шмилауера, Р. Шрамека и А. В. Суперанской. Чтобы узнать о печатных средствах массовой информации, я работала с книгой автора П. Вечержи. Для практической части моей работы я использовала прежде всего российские веб-страницы, занимающиеся женскими журналами.

Главы и подзаголовки теоретической части разделены в соответствии с авторами, из книг которых была получена нужная информация. Первая глава включает в себя дефиницию термина *ономастика* и классификацию имен собственных. По теории лингвиста Владимира Шмилауера, ономастика является научной дисциплиной, которая занимается именами собственными. По словам Шмилауера, очень трудно определить понятие имени собственного. К главным категориям в данной области относятся антропонимы – собственные имена людей, и топонимы – собственные имена географические.

Второй и третий разделы данной главы основаны на книге известного чешского лингвиста Рудольфа Шрамека, которой я главным образом пользовалась. Во втором разделе описана дефиниция термина *ономастика* как научной

дисциплины и изложены ее главные функции. В ней также рассматриваются имена собственные и их функция.

В третьем разделе описаны критерии классификации имен собственных по публикации названного профессора Р. Шрамека. В дальнейшем я занималась разными системами классификации. Первая группа включает в себя прямые и не прямые имена собственные, вторая - названия предложные и названия без предлога. В третьей категории находятся имена первичные и вторичные.

Четвертый раздел излагает теорию дисциплины *ономастика* в соответствии с учением А. В. Суперанской и ее публикацией «Общая теория имени собственного», Данный лингвист занимается этой проблематикой гораздо подробнее, чем чешские лингвисты. Речь идет о классификации имен собственных и о том, что они обозначают. Автор исходит из классификации А. Баха, который считает, что термин *ономастика* можно определить двумя основными способами. Во-первых, она может являться комплексной наукой имен собственных, а во-вторых, данный термин может обозначать только отдельные имена собственные. В этом разделе предложены разные типы классификации в соответствии с книгой А. В. Суперанской.

Вторая глава теоретической части работы, разделенная на пять разделов, описывает печатные средства массовой информации и описывает их возникновение и развитие. Данный термин обозначает газеты и журналы, которые выходят периодически, а также непериодические печатные издания, к которым принадлежат книжные издания или временные печатные издания. Данная глава предоставляет информацию, полученную в книге доктора Павела Вечержи. Мне кажется, что эта глава содержит самую интересную информацию, я узнала много нового не только что касается журналов, но и гражданского общества в целом. В первом и втором разделах изложено определение понятия *печатные средства массовой информации*, описаны предшественники современных журналов и возникновение журналов в истории, раннем новом времени, эпохе модерн, в 20 веке, до того вида, который мы знаем в настоящее время. Данная часть описывает следствия, сопровождающие возникновение не только газет и журналов, но также других средств массовой информации, как например радиовещание, фильм и кино, телевидение или общедоступное Интернет-вещание. Понятно, что появление печатных СМИ обусловлено технологическим развитием. Их появлению главным образом способствовали прежде всего книгопечатание Гутенбера, ксилография и

гравюра на меди. Продукцию постепенно ускорили, облегчили и улучшили ее качество дальнейшие изобретения. Здесь также объяснена роль печатных СМИ – они могут быть источником информации, содействовать ориентации адресата в его окружении, объясняют предложенную информацию, помещают ее в более широкий контекст и способствуют образованию общественного мнения, и, конечно, нельзя забывать о том, что они являются носителем развлечения.

В третьем разделе определены первые жанры журналов, возникших в 17 веке. К ним принадлежат научные, литературные, художественные, историческо-политические и политические. Причиной публикации журналов являлась прежде всего прибыль, приносимая ими издателю. По финансовым причинам довольно часто случалось, что журналы публиковались нерегулярно или временно прекращали публиковаться. Причиной являлось то, что экономическая база журналов была не достаточно стабильна. К создателям медиальных контентов относились или личные издатели, или организации. Дифференцировались издатели научных журналов, выпускающие прежде всего для общества интеллигентов, и издатели журналов развлекательных, издающие с коммерческой целью.

Четвертый раздел повествует о перемене значения журналов, которые становились более коммерческими, что в конце 19 и в начале 20 веков привело к созданию индустрии печатных СМИ. Возникали новые жанры журналов, в том числе культурные, иллюстрированные, юмористические, и журналы, заключающие в себя карикатуры как новую форму иллюстрации. Журналы в это время быстро распространялись в больших городах.

Пятый и последний раздел теоретической части работы рассказывает о печатных СМИ в 20 веке. Сначала они находились на ведущей позиции, но потом для них стало конкуренцией радиовещание. Причиной были доступные цены радиоприемников и привлекательное радиовещательное творчество. В пятидесятых и шестидесятых годах повысилась популярность телевидения, которое постепенно стало самым важным средством массовой информации века. Из-за того отошли на задний план не только газеты, но также журналы, прежде всего популярные иллюстрированные журналы.

На рубеже 19 и 20 веков общество направлялось к все большей свободе личности, поэтому после Первой мировой войны наступило разочарование в форме цензуры. После войны пришли к власти тоталитарные режимы, отвергающие свободу печати и свободу высказывания как пережиток. Во второй половине 20

века на переднем плане оказалась проблематика прав человека. Журналы стали объединяться в ограниченный сегмент владельцев, так называемых медиамагнатов. Свобода печатных СМИ так уже не подвергалась опасности цензуры, а развитию огромных компаний с частными экономическими и политическими интересами. Самым значительным изменением, отличающим 20 век от предыдущего, стало официальное включение женщин в редакции. Однако уже в середине 20 века было видно, что мужчины больше занимались политическими и экономическими темами, а женщинам оставили темы, касающиеся образования, здравоохранения и культуры. Эта гендерная детерминация в какой то мере сохраняется также на рубеже 20 – 21 веков.

Практическую часть предлагаемой бакалаврской работы можно разделить на три главы. Первая характеризует иностранные журналы, вторая российские и третья описывает перемену собственных женских имен в России, , которые стали названиями журналов. Иностранные женские журналы были выбраны по популярности и по частотности продаж. Эта глава содержит шестнадцать журналов. К ним относятся Elle (Эль), журнал о моде и стиле, с вариантами Elle Deco – журнал о современном интерьере, Elle Girl, журнал о моде, знаменитостях, любви и отношениях, предназначенный для девушек в возрасте с 14 до 23 лет, и Elle Deluxe, поквартальный журнал о жизни в роскоши и богатстве. Следующий журнал, Tatler, также о моде и общественной жизни, так как и известный Vogue, который после не легкого начала стал главным глянцевым журналом в России. В нем можно найти не только модные и стильные советы, но и множество известных моделей со всего мира. Журналом о шитье является Diana Moden, предлагающий читательницам большое количество выкроек – элегантные, классические, повседневные, спортивные и трудовые. С 1978 года в России работает издательский дом Burda Media Company, выпускающий журнал о вязании и шитье Burda. К журналам, предлагающим новости из областей красоты, карьеры, культуры, моды, знаменитостей, относятся Vanity Fair, People, US Weekly, Cosmopolitan и Real Simple. Для женщин, которые занимаются здоровым образом жизни, выпускается журнал о здоровье и фитнес Health. Домохозяйкам пригодится журнал Good housekeeping, предоставляющий множество простых рецептов, советов по хозяйственным товарам и других практических советов для замечательного дома. Последним иностранным журналом является Better Homes &

Gardens, который, кроме советов для дома и рецептов, посвящен также саду и огороду.

Вторая глава практической части посвящена российским журналам. В ней описано всего сорок три журнала. Они разделены на четыре категории, которые дальше делятся на подкатегории. Первая категория называется Семья, в ней подкатегории Свадьба, содержащая журналы Мы женимся и Счастливая свадьба, Беременность с журналами Жду малыша и 9 месяцев, и Дети, в которой четыре журнала: Мама, это я!, Лиза. Мой ребёнок (также категория Собственные женские имена), Сабрина беби (также категория Собственные женские имена), Мама и малыш (также Беременность). Следует категория Увлечения. В ней самая большая подкатегория Образ жизни, включающая в себя журналы Отдохни!, Игры и игрушки, Игры и игрушки. Эксперт, Игры и игрушки. Товары для детей. Гид, Худеем правильно, Похудей!, Стильные причёски, Страна советов, секретов и рецептов, Счастливая и красивая, Добрые советы, Толстый кошелёк. Между нами женщинами, Атмосфера, Атмосфера красоты. Следуют подкатегории Готовить в кухне - Добрые советы. Люблю готовить! и Наша кухня, далее Вязание, в которой журналы Шик: шитье и крой, Вязание - ваше хобби Вязание - ваше хобби. Дети Б Сюзанна Моден (также категория Собственные женские имена), Маленькая Диана (также категория Собственные женские имена). Последующая подкатегория называется Жилье, разделенная на Жилье - Мой любимый дом, Дачные секреты, Любимая дача, и Сад - Цветники в саду, Мой прекрасный сад, Примафлора. Последняя подкатегория называется Здравоохранение, она включает в себя журналы Здоровье, Красота и здоровье, Добрые советы. Домашний доктор. В категории Литературные журналы характеризуются журналы, основанные на истории из настоящей жизни читательниц: Моя история, Караван историй, Успехи. Поражения, Успехи. Истории про любовь, Успехи. Истории из жизни. Последняя категория несет название Собственные женские имена. Это названия журналов по женским именам. Наталья, Верена, Сабрина, Сабрина. Вязание для детей (также категория Увлечения), Лиза (также категория Иностранные), Лиза. Мой уютный дом (также категория Увлечения и Иностранные), Сюзанна Моден (также категория Увлечения).

Третья и последняя глава посвящена собственным женским именам и их многочисленности в России, прежде всего анализируются распространенные

имена, по которым были названы представленные журналы. К ним принадлежат Наталя, Лиза (Елизавета) и Диана.

В конце настоящей работы я написала заключение, библиографию, также в приложении можно прочитать словарик по данной теме.



## **BIBLIOGRAFIE**

1. FILIPEC, Josef a František ČERMÁK. Česká lexikologie. Praha: Academia, 1985. Studie a práce lingvistické.
2. KUBA, L.: Úvod do nauky o vlastních jménech (toponomastika a antroponomastika). Ústí nad Labem: 1984.
3. SKOKAN, Ladislav. Reálie Ruska. Vyd. 2., rozš., aktualiz. Ústí nad Labem: Univerzita J. E. Purkyně, 2004. ISBN 80-7044-551-3.
4. ŠMILAUER, Vladimír. Úvod do toponomastiky (nauky o vlastních jménech zeměpisných): vysokoškolská příručka. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1963. Učebnice vysokých škol (SPN).
5. ŠRÁMEK, Rudolf. Úvod do obecné onomastiky. Brno: Masarykova univerzita, 1999. ISBN 80-210-2027-X.
6. VEČEŘA, Pavel. Úvod do dějin tištěných médií. Praha: Grada Publishing, 2015. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-4178-9.
7. VYSLOUŽILOVÁ, Eva a Milena MACHALOVÁ. Cvičebnice překladu pro rusisty: politika, ekonomika. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2011. ISBN 978-80-244-2854-3.
8. VYSLOUŽILOVÁ, Eva. Cvičebnice překladu pro rusisty I: politika, ekonomika. Olomouc: Univerzita Palackého, 2002. ISBN 80-244-0411-7.
9. СУПЕРАНСКАЯ, А.В.: Общая теория имени собственного. Москва: Наука, 1973; Москва: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009.
10. СУПЕРАНСКАЯ, А.В.: Структура имени собственного. Москва: Наука, 1969.

### **Internetové zdroje**

11. «Счастливая и красивая» — журнал для современных женщин! [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: [http://www.toloka.com/?ps\\_promotion=%D1%82%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%BA%D0%B0-2](http://www.toloka.com/?ps_promotion=%D1%82%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%BA%D0%B0-2)
12. 7дней.ру [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <http://7days.ru/>
13. 9 месяцев, время думать за двоих [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <https://www.9months.ru/aboutjournal>

14. Bauer MEDIA GROUP [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <http://bauermedia.com.ua/bauermedia/ru/history/item/56>
15. Burda Media Company [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <http://www.burda.ru/Magazines/Details?Name=Burda#>
16. CONDÉ NAST Россия [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <https://www.condenast.ru/portfolio/magazines/vogue/history/>
17. Journal-off.info [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <http://journal-off.info/tags/%CC%E0%EB%E5%ED%FC%EA%E0%FF+Diana/>
18. Mamapedia [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <https://mamapedia.com.ua/znachenie-imeni/women-names/>
19. Modanews.ru [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <http://modanews.ru/journal/SusannaMODEN>
20. PRESSA.RU - Каталог газет и журналов - женские [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <http://pressa.ru/ru/catalog/magazines/categories/zhurnalyi/zhenskie/#/>
21. Rukodelka [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: [http://rukodelka.ru/t31/%D0%9C%D0%B0%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D1%8C%D0%BA%D0%B0%D1%8F\\_Diana-1.html](http://rukodelka.ru/t31/%D0%9C%D0%B0%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D1%8C%D0%BA%D0%B0%D1%8F_Diana-1.html)
22. TJ [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <https://tjournal.ru/1153-kak-menyalas-populyarnost-imen-s-nachala-20-go-veka-v-rossii>
23. Women's Discounts and Savings - magazines.com [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <https://www.magazines.com/magazines/womens.html>
24. Википедия, свободная энциклопедия [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Tatler>
25. Здоровье и сохранение молодости [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <http://zdr.ru/>
26. КОНЛИГА МЕДИА [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <http://www.konliga.ru/publications/preview/>
27. Красота и здоровье [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <http://kiz.ru/>
28. Лиза [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <http://lisa.ru/>
29. ЛитРес [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <https://www.litres.ru/redakciya-zhurnala-istorii-iz-zhizni/uspehi-istorii-iz-zhizni-43-2015-12159009/>

30. Мама и малыш [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <https://www.2mm.ru/about>
31. Мы женимся [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <http://www.mizhenimsya.ru/cheb/aboutj/>
32. Наша кухня [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: [http://www.toloka.com/?ps\\_promotion=490](http://www.toloka.com/?ps_promotion=490)
33. Новости России и мира - Новостной портал Московский Комсомолец [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <http://www.mk.ru/>
34. Популярность имен [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <http://names.mercator.ru/>
35. Портал про игры и игрушки [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <http://i-igrushki.ru/>
36. Пресса по подписке [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <http://www.akc.ru/>
37. Примафлора from growers with love [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <http://www.primaflora.nu/>
38. Собеседник.ру [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <http://sobesednik.ru/>
39. Счастливая свадьба [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <http://happysvadba.ru/about-the-journal/about-the-project/>
40. Феникс медиа групп - объединённая издательская группа [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: [http://www.fenix-media.com/izdanie/strana\\_sovetov\\_sekretov\\_retseptov.htm](http://www.fenix-media.com/izdanie/strana_sovetov_sekretov_retseptov.htm)
41. Худеем правильно [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <http://www.hudeem-pravilno.ru/>
42. Энциклопедия моды [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: <https://wiki.wildberries.ru/%D0%B3%D0%BB%D1%8F%D0%BD%D0%B5%D1%86/magazines/elle>

## PŘÍLOHY

### Glosář

autocenzura	самоцензура
čtrnáctideník	двухнедельник
čtvrtletník	поквартальный журнал
dělení	разделение
denní zpravodajství	хроника дня
didaktický	дидактический
dřevoryt	ксилография
editor	ответственный редактор
filantropický	филантропический
fotograf	фотограф
fotoreportér	фоторепортер redaktor
genderová determinace	гендерное определение
grafika	графика
humoristický	юмористический
ilustrovaný	иллюстрированный
karikatura	карикатура
knihtisk	книгопечатание
komentátor	комментатор
konkurence	конкуренция
kulturní	культурный
lingvista	лингвист
literární	литературный
mediální magnát	медиамагнат
mědiryt	гравюра на меди
měsíčník	ежемесячник
moderní společnost	современное общество
modernizace	модернизация
morální	этический
neziskový	бесприбыльный
neživotnost	неодушевлённость

novověk	но́вое вре́мя
obsah	соде́ржа́ние
odborný	специа́льный
odlišit	вы́делить
ohraničit	ограни́чить
onomastika	онома́стика
osvícenství	просвеще́ние
pojmenování	назва́ние
poptávka	спрос
pozdní	позднее
prostředky masové komunikace	срédства ма́ссовой коммуника́ции
první světová válka	пе́рвая мирова́я война́
předmět výzkumu	предмет иссле́дования
předplatné	подпи́ска
publicista	публици́ст
publicistika	публици́стика
raný	ра́нее
redakční rada	редакцио́нный сове́т
redaktor	реда́ктор
reportér	репортёр
rozhlasový komentátor	радиокомме́нтатор
rukopis	рукопи́сный шриф́т
ředitel	дирéктор
segment vlastníků	сегмент владе́льцев
společenská komunikace	общественная комму́никация
stavovská společnost	сословное общество
středověk	средневеко́вье
svoboda projevu	свобо́да высказыва́ния
šéfredaktor	гла́вный реда́ктор
tištěná média	печатаные срédства ма́ссовой комму́кации
tolerantní	толерáнтный
týdeník	еженеде́льник

umělecký	художественный
vědecký	научный
vedoucí	руководящий
Velká vlastenecká válka (část druhé světové války)	Великая Отечественная война
vizuální	визуальный
vlastní jméno	собственное имя
vrcholný	развитое
vydavatel	издатель
vynález	изобретение
výtvarník	художник
zástupce šéfredaktora	заместитель главного редактора
zpravodaj	корреспондент
životnost	одушевлённость

Univerzita Palackého v Olomouci  
Filozofická fakulta  
Akademický rok: 2015/2016

Studijní program: Filologie  
Forma: Prezenční

Obor/komb.: Ruština se zaměřením na hospodářsko-právní a  
turistickou oblast (RHP)

**Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta**

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
KUBÁLKOVÁ Tamara	Jiráskova 969, Strážnice	F14352

**TÉMA ČESKY:**

Současné ruské časopisy pro ženy

**TÉMA ANGLICKY:**

Present Russian magazines for women

**VEDOUCÍ PRÁCE:**

prof. Ludmila Stěpanova, CSc. - KSR

**ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:**

- 1) Exerpcie materiálů
- 2) Studium odborné literatury
- 3) Sběr materiálů pro bakalářskou práci
- 4) Analýza a klasifikace shromážděného materiálu
- 5) Vyvozování závěrů

**SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:**

Filipec, J., Čermák, F. : Česká lexikologie. Praha 1985.  
Superjanskaja, A. V. : Obecná teorie vlastních jmen. Moskva 1973.  
Skokan, L. : Reálie Ruska. Ústí nad Labem 2005.  
Šrámek, R. : Úvod do obecné onomastiky. Ústí nad Labem 1984.  
Kuba, L. : Úvod do nauky o vlastních jménech.

Podpis studenta: .....

Datum: .....

Podpis vedoucího práce: .....

Datum: .....

## ANOTACE

**Příjmení a jméno autora:** Kubálková Tamara  
**Název katedry a fakulty:** Katedra slavistiky, Filozofická fakulta  
**Název diplomové práce:** Současné ruské časopisy pro ženy  
**Vedoucí diplomové práce:** prof. Ludmila Stěpanova, CSc.  
**Počet znaků:** 88 859  
**Počet příloh:** 1

**Počet titulů použité literatury:** 10 (+ 32 internetových zdrojů)

**Klíčová slova:** onomastika, vlastní jméno, časopisy pro ženy

**Charakteristika bakalářské práce:** Tato bakalářská práce pojednává o současných ruských časopisech pro ženy. Skládá se ze dvou částí - teoretické a praktické. Teoretická část obsahuje 2 kapitoly, které jsou zaměřeny jednak na charakteristiku vědní disciplíny zabývající se vlastními jmény, a také na historii vzniku a vývoje tištěných médií. Praktická část je rozdělena na 3 kapitoly. První se zabývá zahraničními časopisy pro ženy, druhá podrobně rozděluje ruské časopisy pro ženy do rubrik podle tématu a zaměření. Poslední kapitola praktické části se věnuje vlastním ženským jménům v Rusku, zejména těm, uvedeným v bakalářské práci. V závěru jsou shrnuty výsledky práce.



## ANNOTATION

<b>Name and surname:</b>	Kubálková Tamara
<b>Name of department and faculty:</b>	Department of Slavonic Studies, Philosophical Faculty Palacký University Olomouc
<b>Name of work:</b>	Present Russian magazines for women
<b>Work leader:</b>	prof. Ludmila Stěpanova, CSc.
<b>Number of symbols:</b>	88 859
<b>Number of supplements:</b>	1
<b>Number of titles of used literature:</b>	10 (+ 32 internet links)
<b>Key words:</b>	onomastics, proper noun, magazines for women

**Characteristics:** My bachelor thesis deals with present Russian magazines for women. It consists of two parts - theoretical and practical. There are two chapters in the theoretical part, the first one is focused on characteristics of proper nouns, the second one is focused on the history of printed mass media. Practical part is divided into 3 chapters. In the first one are described foreign magazines for women, in the second are Russian magazines for women, divided into sections by topics and specialization and closely described. Last chapter is focused on proper nouns in Russia for women, mostly those, that were mentioned in my bachelor thesis. In the conclusion there are summarized results of this thesis.