

DOROTA ŻYGADŁO-CZOPNIK ORCID: 0000-0002-3255-5217
Uniwersytet Wrocławski

Obraz czasopiśmiennictwa dla dzieci i młodzieży w Czechach po transformacji ustrojowej 1989 roku. Zarys problematyki¹

Abstrakt: W artykule omówiono powstanie i funkcjonowanie czeskiego czasopiśmiennictwa dla dzieci i młodzieży po 1989 roku. Przedstawiono wybrane reprezentatywne dla danych grup wiekowych tytuły, ich rodzaje, funkcje, aspekty aksjologiczne oraz poruszaną w nich problematykę. Głównym zadaniem tych badań jest dostarczenie zasadniczych informacji na temat czeskiego rynku prasy dla dzieci i młodzieży, ukazanie w zwięzłej formie dynamicznych przemian, do których doszło w tym sektorze mediosfery po aksamitnej rewolucji. Poruszane w artykule zagadnienia stwarzają okazję do refleksji nad obecną kondycją czeskiego czasopiśmiennictwa skierowanego do młodego odbiorcy.

Słowa kluczowe: Czechy, 1989, media, prasa, czasopisma dla dzieci i młodzieży

The Image of Periodicals for Children and Youth in the Czech Republic after the Political Transformation of 1989. An Outline of the Problem

Abstract: The article discusses the creation and functioning of Czech periodicals for children and youth after 1989. The author presents selected titles, types, functions, axiological aspects, and the issues raised in them, representing given age groups. The main task of the research is to provide essential information on the Czech children's and youth press market and to show concisely the dynamic changes that took place in this sector of the media sphere after the Velvet Revolution. The issues raised in the article provide an opportunity to reflect on the current condition of Czech periodicals for children and youth.

Keywords: Czech Republic, 1989, media, press, magazines for children and youth

UWAGI WSTĘPNE

Prasa jest jednym z najstarszych środków masowego przekazu. Prawdziwy jej rozwój datuje się na okres od XVI do XVIII wieku. Rozkwit ten związany był

¹ Artykuł powstał w ramach projektu badawczego finansowanego ze środków programu „Inicjatywa Doskonałości – Uczelnia Badawcza” (IDUB) na lata 2020–2026 dla Uniwersytetu Wrocławskiego”.

z wynalezieniem druku. Czasopiśmiennictwo dla dzieci i młodzieży zostało zainicjowane w Europie w połowie XVIII wieku (Papuzińska, 2002: 72). Początki rozwoju czeskiego czasopiśmiennictwa dla dzieci i młodzieży przypadają na okres pierwszej połowy XIX w. Prasa dla dzieci i młodzieży w Czechach przeszła następnie długą drogę rozwojową, podlegając procesom specjalizacji według wieku odbiorcy, zróżnicowania tematycznego, formalnego i edytorskiego. Po transformacji ustrojowej w 1989 roku, wraz ze zmianami politycznymi, gospodarczymi, społecznymi i kulturowymi, doszło w Czechach do przemian w obrębie kultury medialnej (prasa w XIX w. została zaliczona oficjalnie do mass mediów). Obecnie media są bardzo istotnym składnikiem kultury – tworzą jej specyfikę oraz kreują rzeczywistość poprzez prezentację różnorodnych treści, wywierających wpływ na świadomość i wybory odbiorców (Gębalska-Berekets, 2013: 85). Dla obecnego i przyszłego pokolenia jest to zastana rzeczywistość, w której media są częścią społeczno-kulturowego krajobrazu. Jak pisze Agnieszka Roguska, „mediosfera to złożona przestrzeń obecności mediów w życiu człowieka oraz komunikowania zapośredniczonego przez media” (Roguska, 2013: 11). Chodzi o element historii czeskich mediów, zawierający wiele tytułów, z których niektóre formowały całe generacje, a inne zostały zapomniane. Współczesne czasopisma dla dzieci i młodzieży stanowią samodzielny i zasługujący na osobne potraktowanie rozdział wielkiej historii prasy. Ten pełnowartościowy segment rządzi się swoimi prawami i posiada własną dynamikę rozwoju. Štefan Švec zwraca uwagę, że czasopisma przeznaczone dla młodego odbiorcy początkowo pełniły w kulturze czeskiej głównie funkcję rozrywkową, wydawane były na tanim papierze, co ograniczało ich trwałość i uniemożliwiało archiwizację pierwszych periodyków. Švec w obszernej publikacji *Česky psané časopisy pro děti (1850–1989)* przedstawił historię rozwoju czeskiego czasopiśmiennictwa dla dzieci i młodzieży od jego początków do 1989 roku. Niestety, dzieje wspomnianej prasy z lat późniejszych nie doczekały się jeszcze wnikliwego omówienia monograficznego. Tymczasem po 1989 roku zjawisko to było niezwykle dynamiczne. Nastąpiły wówczas w Czechach niespotykane dotąd zmiany: własnościowe, wydawnicze, organizacyjne, programowe, tematyczne, czytelnicze i statystyczne. Warto spróbować zatem – na podstawie danych empirycznych i wyników analizy rzeczywistych publikacji – scharakteryzować repertuar współczesnego czeskiego czasopiśmiennictwa dla dzieci i młodzieży, a także omówić wybrane tytuły dziecięce i młodzieżowe ukazujące się w Czechach po 1989 roku, zaprezentować ich zawartość treściową oraz określić spełniane przez nie funkcje. Wśród pozycji wybranych do analizy znajdują się czasopisma reprezentatywne dla danych grup wiekowych, kierowane do dzieci w wieku przedszkolnym, młodszych klas szkoły podstawowej i nastolatków, które od początku swojego istnienia wywierały silny wpływ na odbiorcę, zajmowały ważną pozycję w czeskiej kulturze popularnej. Artykuł ma charakter idiograficzny, przeglądowy a jego założonym celem jest zrekapitulowanie przeobrażeń w obrębie rynku

czasopism dla dzieci i młodzieży w Czechach po przemianach ustrojowych w XX wieku. Niniejszy tekst stanowi wstęp do szerszych badań, które w przyszłości posłużą do analizy komparatystycznej polskich i czeskich czasopism dla dzieci i młodzieży.

KRÓTKA HISTORIA PRASY DLA DZIECI I MŁODZIEŻY NA ZIEMIACH CZESKICH

Mimo licznych zawirowań w dziejach ziem czeskich wydawanie czasopism dla dzieci i młodzieży utrzymało się, chociaż podlegało stałym zmianom i modyfikacjom, w zależności od panujących w danym okresie warunków społeczno-politycznych. Co więcej – było systematycznie rozwijane i wzbogacane o nowe treści wychowawcze, dydaktyczne, społeczne, patriotyczne czy propagandowe. Švec podkreśla, że od samego początku, szczególnie od lat 30. XX w., ten segment czeskiej prasy cechował wysoki poziom (Švec, 2014: 9). Dzieje czeskich czasopism dla dzieci i młodzieży, powstałych w latach 1850–1989, badacz podzielił na pięć okresów: czasopismo dla dzieci jako pomoc dydaktyczna (lata 1850–1870), czasopismo dla dzieci jako sztuka, rozrywka i źródło zysku (od lat 80. XIX w. do 1914 r.), czasopismo dla dzieci a wychowanie obywateli niepodległego państwa (lata 1915–1935), czasopismo dla dzieci jako twórca autonomicznego świata dziecięcego (lata 1935–1948) oraz unifikacja, nowy rozwój i zerwanie z tradycją (lata 1948–1989) (Švec, 2014: 5–6).

Historia rozwoju analizowanego czasopiśmiennictwa sięga pierwszej połowy XIX w. Wówczas w okresie Odrodzenia Narodowego na nowo ożywa czeskie życie narodowe, powstają podstawowe instytucje życia narodowego, którymi są: język, literatura, szkolnictwo, nauka, teatr, prasa i ruch wydawniczy. Narodziny oryginalnego czeskiego czasopiśmiennictwa przeznaczonego dla młodego odbiorcy przypadają na lata 50. XIX w. (Nieć, 2017: 105). Ukazują się wtedy następujące periodyki: „Bibliotéka mládeže” (1828–1832, 1843–1846), „Poučný zábavník pro milou českou mládež” (1849, 1853), „Včelka” (1850–1856), „Zlaté klasy” (1853–1856), „Štěpnice” (1855–1889), „Klášky” (drugi rocznik wyszedł pt. „Balzamíny”, 1857–1858), „Komenský” (1865–1866), „Budečská zahrada” (1869–1889), „Naši mládeži” (1873–1892), „Přítel dítek” (1874–1926), „Besídka malých” (1879–1914), „Malý čtenář” (1882–1941), „Jarý věk” (1883–1889), „Zlaté mládí” (1885–1895), „Květy mládeže” (1894–1898), „Česká mládež” (1898–1901), „Matice dítek” (1884–1895). Niektóre ukazywały się bądź jako samodzielne tytuły, bądź jako wkładki towarzyszące czasopismom dla dorosłych, np.: „Hlasatel český” (1806, 1807, 1808, 1818), „Rozmanitostí” (1816–1822), „Měsíční spis k poučení a obveselení obecního lidu” (1787), „Přítel mládeže” (1823–1835 i 1838–1848), „Škola a život” (1855–1889), „Školník” (1852–1878). Josef Jungmann twierdzi, że błędnie uważa się tytuł „Noviny pro děti s obrázky a výklady v šesti řečích” (Wiedeń, 1808) za pierwsze czeskie czasopismo dla dzieci. Jego zdaniem była to raczej

książka obrazkowa (Jungmann, 1849: 465). Dopiero „Bibliotéka mládeže” w latach 1828–1832 i 1843–1846 częściowo drukowała teksty oryginalne lub tłumaczone na język czeski (Chaloupka, Voráček, 1984: 25). Pierwszym w pełni czeskim tytułem dla najmłodszych było czasopismo „Včelka” (1850), które wydawał nauczyciel Jan Sluníčka. Periodyk, przede wszystkim pod względem graficznym i merytorycznym, stanowił wzór dla innych pism tego typu na ziemiach czeskich. Ówczesne czasopisma pełniły istotną rolę w kształtowaniu postaw patriotycznych, demokratycznych i postępowych nowego pokolenia (Roubík, 1930: 45–56). W tym okresie bowiem czeska literatura dziecięca była blisko związana z literaturą niemiecką. Ponad połowa książek dla dzieci, które ukazały się w języku niemieckim w pierwszej połowie XIX w., została przetłumaczona na język czeski. Pedagodzy, którzy aktywnie włączyli się w proces druku czasopism w języku czeskim, publikowali teksty o tematyce edukacyjnej, moralizatorskiej i patriotycznej a także – co ważne – zabiegali o czystość języka czeskiego. Początkowo czasopisma, drukowane na słabej jakości papierze, służyły nauczycielom jako pomoc szkolna, pełniły funkcję czytanek na lekcjach lub stanowiły cenne uzupełnienie programu nauczania. W tym czasie nakłady prasy dla dzieci i młodzieży wynosiły od 300 do 400 egzemplarzy (Švec, 2014: 77).

Pod koniec XIX w. czeskie czasopisma dla dzieci i młodzieży z jednej strony stały się źródłem rozrywki dla czytelników, z drugiej zaś ich walory edukacyjne i wychowawcze zeszły na plan dalszy. Od lat 80. XIX w. aż do wybuchu I wojny światowej opublikowano 41 nowych tytułów. Wzrosły znacznie nakłady, które na początku nowego wieku wynosiły 18 tysięcy egzemplarzy (Švec, 2014: 81–98). Doszło wówczas do przystosowania treści i formy graficznej periodyków do różnych faz rozwoju dziecka, jego możliwości percepcyjnych oraz zainteresowań. Do najmłodszych czytelników skierowane były czasopisma: „Matice dítek” (1885–1895), „Zahrádka maličkých” (1888–1889), „Malé no-vi-ny pro dě-ti” (1890–1906, w latach 1907–1910 wychodziło pt. „Dětské noviny pro žactvo nejnižších tříd školy obecné”, w 1914 r. pt. „Malé noviny pro děti nejnižších tříd školy obecné”); do starszych odbiorców zaś „Naší mládeži” (1873–1892) czy „Víněk pro dívky československé” (1888–1890). Obok tytułów rozrywkowych², które przeżywały wtedy szybki rozkwit, rozwijała się także oferta czasopism historycznych („Historické rozhledy” z Třebíče), przyrodniczych („Přírodovědné rozhledy pro mládež” z Brna) i artystycznych („Náš směr” z Brna). Do najbardziej znanych i popularnych periodyków należał „Malý čtenář” (1882–1941). Jego wydawcy starali się wśród czytelników zaszczepiać patriotyzm oraz szacunek do narodu i wsi czeskiej. Wspomniane czasopismo wydawał Josef Richard Vilímek. Współpracowali z nim doświadczeni pedagodzy: Karel Vognar, Josef Zelený, Gabriel Smetana; wybitni twórcy: Eliška Krásnohorská, Sofie Podlipská, Adolf Heyduk, Karel Václav Rais,

² Ich głównym zadaniem było bawienie czytelników, natomiast walory edukacyjne i wychowawcze zeszły na plan dalszy. Publikowane historyjki łączyły tekst i obraz.

Josef Václav Sládek i znakomici graficy, którzy specjalizowali się w ilustracji dla dzieci (Opelík, 2000: 80–81).

W czasie I wojny światowej ukazywało się niewiele czasopism dla dzieci i młodzieży. Wychodziło tylko kilka nowych (np. „Junák” od 1915 r.), większość starszych zniknęła z rynku prasy. Dopiero pomiędzy I a II wojną światową zaczęły pojawiać się kolejne. W latach 1915–1935 weszły do obiegu 74 czasopisma. W okresie Pierwszej Republiki Czechosłowackiej (1918–1938) do najpoczytniejszych należał wspomniany już „Malý čtenář” oraz „Radost” (1924–1942) i „Zlatá brána” (1919–1943). Czasopisma wydawane po I wojnie światowej miały za zadanie, w szczególności, tworzenie podstaw tożsamości narodowej wśród młodych czytelników. „Zawartość czasopism dziecięcych z tego okresu przepełniona jest treściami historycznymi i patriotycznymi, sporo miejsca poświęca się armii, świętom państwowym (28 października – dzień proklamacji niepodległości), postaci pierwszego prezydenta – Tomáša Garrigue Masaryka (1850–1937), uosabiającego idee Republiki, nazywanego »tatíčkem«, otoczonego wielkim kultem za życia i po śmierci, ale także innym »ikonom państwa czechosłowackiego«, takim jak: Alois Jirásek (1851–1930), Milan Rastislav Štefánik (1880–1919), czy Alois Rašín (1867–1923)” (Nieć, 2017: 107). Wówczas w czasopismach pojawiają się również teksty w języku słowackim.

Na okres 1935–1948 przypada kolejny ważny moment w dziejach czeskiej prasy dla dzieci i młodzieży. W czasie II wojny światowej i okupacji wydawanie czasopism czeskich niemal całkowicie zostało zatrzymane, przestało wychodzić 1900 tytułów, w tym też tych adresowanych do dorosłych. W kraju działała cenzura, władze Protektoratu Czech i Moraw realizowały odgórnie narzucone cele propagandy faszystowskiej. Zmniejszenie liczby tytułów skutkowało jednak wzrostem nakładów, które dochodziły do 250 tysięcy egzemplarzy (Švec, 2014: 125–126)³. Po wkroczeniu do kraju wojsk okupacyjnych część czasopism dla dzieci i młodzieży nadal była publikowana, niektóre ukazywały się pod zmienionym tytułem. Periodyk „Malý Čechoslovák” (1923–1933, 1935–1939), wydawany przez Kościół czechosłowacki, wychodził pt. „Mladý křesťan” (1939–1943), czasopismo „Naše republika” (1930–1939) zmieniło nazwę na „Český domov” (1939–1940, 1945–1949).

W lutym 1948 r. komuniści przejęli władzę w Czechosłowacji. Zlikwidowano wszelkie instytucje niezależnego życia społecznego, w tym ruch wy-

³ Jednym z takich tytułów był dwutygodnik „Malý hlasatel” (1935–1991). Niezależny, ilustrowany, zabawny periodyk dla chłopców i dziewcząt, który powstał z inicjatywy Jaroslava Foglara, znanego pisarza, autora popularnych książek dedykowanych młodym czytelnikom. Foglar był w latach 1938–1941 redaktorem pisma „Mladý hlasatel”, następnie tytułu „Junák” (1945–1946) i „Vpřed” (1946–1948). Już w czasach młodości aktywnie działał w skautingu. W kraju powstały liczne kluby, których założyciele i członkowie inspirowali się jego twórczością literacką. Napisał wiele książek dla młodzieży związanych z kulturą, metodyką wychowania i zwyczajami skautingu (Studenovský, Bláha, 2000: 37–38).

dawniczy i księgarstwo. Rynek prasowy został podporządkowany Komunistycznej Partii Czechosłowacji i poddany ścisłej kontroli. W okresie reżimu komunistycznego za cenzurę w państwie odpowiadały HSTD (Hlavní správa tiskového dohledu, 1953–1966), Ústřední publikační správa (1966–1968) oraz Úřad pro tisk a informace (1968–1989). W 1950 r. weszła w życie ustawa prasowa nr 184/1950, w myśl której prasa powinna kształcić w duchu socjalizmu (Albrecht, Navara, 2010: 33–36). Po zakończeniu II wojny światowej ponownie zaczęły pojawiać się przedwojenne tytuły, takie jak: „Anděl Strážný” (1882–2000), „Čigoligo” (od 1929 r.), „Malý Hlasatel” („Mladý Hlasatel”, „Hlasatel”, 1935–1991), „Junák” (1915–1940, 1945–1948, 1968–1970)⁴, „Naše Vojsko” (1927–2009), „Rodokaps-Romány do kapsy” (1935–2000), „Skaut” (od 1915 r.), „Skauting” (od 1919 r.), „Tramp” (1929–2000), „Vlaštovička” (1937–1941, 1945–1949), ale powstawały też nowe czasopisma. Ogółem w latach 1948–1989 weszło na rynek czeski trzydzieści jeden tytułów. Owa niewielka liczba czasopism, wychodzących w niemałych nakładach, firmowanych przez Młodą frontę⁵, adresowana była do konkretnych, określonych grup odbiorców (Švec, 2014: 162). Od końca lat 50. XX w. w czasopiśmie, obok treści ideologicznych, drukowane były materiały odpowiadające autentycznemu zapotrzebowaniu i zainteresowaniom młodych odbiorców, zarówno w zakresie rozrywki, jak i edukacji. W oficjalnym druku zaczęły ukazywać się teksty autorów do tej pory zakazanych (np. Jaroslava Foglara). W czasopiśmie publikowana była literatura science fiction, która od razu stała się bardzo popularna, obok utworów poruszających zagadnienia z zakresu nowych technologii czy kosmosu. W periodykach pojawiły się rubryki bądź kąciki z poradami, wywiady z krajowymi i zagranicznymi celebrytami, działy dla dziewcząt, kolumny sportowe i konkursy czytelnicze. Do najbardziej cenionych wówczas tytułów należał periodyk „Materídouška”⁶, który od samego początku swego istnienia pozostaje w czołówce czeskiej prasy dla dzieci i młodzieży. Nadal popularne są czasopisma, takie jak: „Sluníčko” (od 1967 r.), „Čtyřlístek” (od 1969 r.), „Ohníček” (1950–2001), „ABC mladých techniků a přírodovědců” (od 1957 r.) i „Věda a technika mládeži” (1947–2009), a także te, które zmodyfikowały nieco swoje tytuły: „ABC-časopis generace 21. století” (od 2000 r.) i „Věda, technika a my” (1989–2002), „VTM Science” (2003–2009). W XXI w. na rynku prasy czeskiej można znaleźć wiele tytułów czasopism dla dzieci i młodzieży. Wśród nich znajdują się periodyki, które powstały w ubiegłym stuleciu i wciąż cieszą się dużą popularnością w gronie czytelników dziecięcych i młodzieżowych, tytuły przeniesione z za-

⁴ „Junák” i „Vpřed” zostały połączone w 1948 r. w jedno czasopismo – „Junáci, vpřed!”.

⁵ Mladá fronta – wydawnictwo, które na rynku czeskim jest obecne od 1945 roku.

⁶ Do grona redaktorów „Materídouški” należeli: František Hrubín, Miloš Holas, Jiřina Černíková. Spośród znanych literatów z dwutygodnikiem współpracowali m.in.: Miloš Macourek, Jaroslav Seifert, Eduard Petiška, Ondřej Sekora. Ilustracje do pierwszego numeru stworzył Josef Lada (Bezděková, 2012: 145).

granicy pod koniec XX w. i wreszcie pisma, które ukazały się po raz pierwszy w XXI w. Większość periodyków, zarówno opublikowanych wcześniej, jak i wydawanych obecnie, jest archiwizowana w formie elektronicznej⁷.

OPIS ZMIAN NA CZESKIM RYNKU WYDAWNICZYM PO 1989 ROKU

Okres transformacji ustrojowej w Czechach po przełomie 1989 roku oraz zniesienie cenzury przyniosły rewolucyjną zmianę na rynku prasy drukowanej. Zjawiska te zostały opisane przez następujących badaczy: Petra Bednaříka, Josefa Bendę, Milenę Beránkovą, Bořivoja Čelovského, Miloša Čermáka, Kateřinę Gillárovą, Jana Haladę, Jana Jiráka, Jakuba Končelíka, Barborę Köpplovą, Alenę Křivánkovą, Petra Orsága, Barborę Osvaldovą, Jiřego Rotha, Fraňo Ruttkaya, Alice Tejkalovą, Lenkę Waschkovą-Císařovą, Irenę Válovą, Pavla Večeřa i innych⁸. Ich rozważania wielopłaszczyznowo obejmowały cały rynek mediów w potransformacyjnej rzeczywistości. W Czechach transformacja systemów medialnych przebiegała niemalże równolegle z przemianami politycznymi (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011: 365–382). Po 1989 r. zmienił się gruntownie stan prawny funkcjonowania mediów. Zaraz po powstaniu Czeskiej i Słowackiej Republiki Federacyjnej na rynku prasowym pojawiła się duża ilość nowych gazet i czasopism. W tym czasie w sprawie regulacji prawnych dotyczących prasy istniał obowiązek jedynie rejestracyjny, bez konieczności uzyskania koncesji na prowadzenie nowego czasopisma. Na początku 1990 r. w Czechach ukazywało się 1100 gazet i czasopism, a już na początku 1991 r. liczba ta wzrosła do 2500 tytułów (Popiołek, 2013: 86). Beata Ociepka wyróżnia kilka faz przemian mediów w Czechach. Pierwsza faza (lata 1989–1990) charakteryzowała się niezwykle szybkim rozwojem prasy, spowodowanym zniesieniem cenzury (po wprowadzeniu w 1991 r. 22% podatku doszło do zahamowania czytelnictwa) oraz prywatyzacji. Za pierwszą fazę można więc uznać demonopolizację i decentralizację prasy w ówczesnych Czechach. Tuż po obaleniu komunizmu, na początku lat 90. ubiegłego stulecia, zagraniczni wydawcy opanowali niemal

⁷ Biblioteka cyfrowa – SDČ. Projekt digitalizacji i archiwizacji starych czasopism dla dzieci i młodzieży (www.detske-casopisy.cz).

⁸ Bednařík, P., Jirák, J., Köpplová, B. (2011). *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Praha: Grada; Benda, J. (2007). *Vlastnictví periodického tisku v ČR v letech 1989–2006*. Praha: Karolinum; Beránková, M. (1981). *Dějiny československé žurnalistiky I*. Praha: Novinář; Beránková, M., Křivánková, A., Ruttkay, F. (1988). *Dějiny československé žurnalistiky III*. Praha: Novinář; Čelovský, B. (2002). *Konec českého tisku*. Šenov u Ostravy: Tilia; Halada, J., Osvaldová, B., i in. (2007). *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. Praha: Libri; Jirák, J., i in. (2005). *10 let v českých médiích*. Praha: Portál; Jirák, J., Köpplová, B. (2009). *Masová média*. Praha: Portál; Končelík, J., Orság, P., Večeř, P. (2010). *Dějiny českých médií 20. století*. Praha: Portál; Osvaldová, B., Tejkalová, A. (red.). (2009). *Žurnalistika v informační společnosti: digitalizace a internetizace žurnalistiky*. Praha: Karolinum; Roth, J. (2005). *Mediální výchova v Čechách*. Praha: Tutor; Waschková-Císařov, L. (2013). *Český lokální a regionální tisk mezi lety 1989 a 2009*. Brno: Masarykova univerzita.

cały czeski rynek prasowy (Oniszczyk, 1998). Jednym z pierwszych był szwajcarski Ringier. Druga faza (lata 1991–1992) polegała na stworzeniu odpowiedniego środowiska instytucjonalno-prawnego umożliwiającego funkcjonowanie niezależnym mediom (federalna ustawa medialna, pierwsza koncesja dla nadawcy prywatnego). Trzecia faza (rok 1993) nastąpiła wraz z końcem monopolu publicznych mediów elektronicznych i nadaniem koncesji stacji telewizyjnej Nova TV (rok 1994). Dokonano wówczas przekształceń własności w segmencie prasy, która do tego czasu znajdowała się w rękach państwa (brak subwencji, pojawienie się reklamy, która jest ratunkiem dla wielu tytułów prasowych), sprywatyzowanych zostało blisko 80% tytułów. Ponadto doszło w tym okresie do szybkiej koncentracji kapitału. Wszystkie trzy fazy reformy medialnej przebiegały przede wszystkim w pierwszej połowie lat 90. XX w. W fazie czwartej (1994–1997) zaszły zmiany związane z nowelizacją ustawodawstwa w kierunku większego podporządkowania mediów parlamentowi oraz z ochroną najmłodszych widzów przed szkodliwymi treściami zawartymi w przekazach medialnych. Faza piąta (1998–2000) obfitowała w konflikty wokół mediów elektronicznych, związane z upolitycznieniem telewizji. Natomiast w fazie szóstej (rok 2001) doszło do nowelizacji ustawy medialnej, która zakładała zmiany dotyczące sposobu powoływania czeskiej Rady Radiofonii i Telewizji. Należy zaznaczyć, że instytucja ta jest nadal wybierana przez izbę niższą czeskiego parlamentu, jednak nie spośród osób zgłaszanych przez partie polityczne, jak to było do tej pory, ale wskazanych przez stowarzyszenia kulturalne, związki zawodowe, związki wyznaniowe czy organizacje naukowe (Ociepka, 2002: 88). Czeska ustawa prasowa o prawach i obowiązkach wydawców prasy periodycznej, nawet po przeprowadzonej w lutym 2002 r. nowelizacji, nie wprowadza żadnych ograniczeń dotyczących osoby wydawcy. Prawo prasowe nie zajmuje się stosunkami własnościowymi wydawcy, którym może stać się także osoba prawna z zagranicy. Obecnie w Czechach obserwujemy malejące nakłady, spadek liczby czytelników z powodu ekspansji nowych technologii, które zmusiły wydawców do wprowadzenia zmian, polegających na dostosowaniu pism i ich treści do wymogów zmieniającego się rynku (Čelovský, 2002). W dobie kultury obrazu i dźwięku audiowizualne środki masowego przekazu powoli wypierają i zastępują prasę, w tym także adresowaną do dzieci i młodzieży. W opisywanym okresie, obok książki, telewizji, Internetu, czasopisma dla młodych czytelników pełnią rolę istotnego medium masowego, a nieraz pierwszej lektury, z którą spotyka się dziecko.

PRASA DLA DZIECI I MŁODZIEŻY W CZECHACH PO 1989 ROKU

Ponad trzydzieści lat przeobrażeń oraz rozwoju społecznego, politycznego i kulturalnego przyniosło ze sobą więcej niż znaczące zmiany na rynku prasy dla dzieci i młodzieży. Zdaniem polskich prasoznawców liczba periodyków kierowanych obecnie do odbiorcy dziecięco-młodzieżowego jest trudna

do określenia (Konopnicka, 2006: 69). Podobnie współczesna oferta czeskich czasopism dla dzieci i młodzieży jest tak różnorodna i bogata, że problemem stało się pełne rozeznanie w niej. Przeanalizowanie treści wszystkich czasopism okazało się prawie niemożliwe, dlatego warto posłużyć się metodą analizy przypadków, gdyż ta pozwala na uzyskanie dokładnego obrazu określonego wycinka rzeczywistości w sytuacji, gdy nie ma sposobności zbadania dużej liczby przypadków danego zjawiska. Wśród analizowanych tytułów znalazły się czasopisma pozostające w czołówce czeskiej prasy dla dzieci i młodzieży, o ustalonej marce, posiadające swoich wiernych odbiorców. W pierwszym dziesięcioleciu na rynku zachodziła stopniowa koncentracja wydawców, zwykle z udziałem kapitału zagranicznego, który pozwolił na unowocześnienie przestarzałej bazy poligraficznej w Czechach, a otwarcie granic dla nowych tytułów miało z założenia wpływać na rozwój zdrowej konkurencji. Do grupy największych wydawców należą: Albatros Media a.s., Bauer Media, Burda International CZ s.r.o., Czech News Center a.s., Egmont ČR s.r.o., Empresa Media a.s., Euromedia Group a.s., Extra Publishing, Fragment, Lagardère Active ČR a.s. (właściciel radia internetowego dla dzieci Pigy.cz), Mafra a.s., Mladá fronta, Pražská vydavatelská společnost, Ringier ČR czy Vltava Labe Media⁹. Centrum wydawniczym książki i prasy pozostaje Praga, aczkolwiek nie brak inicjatyw w innych miastach, głównie w Brnie. Bogata oferta tytułów dla dzieci i młodzieży daje nadzieję na to, że każdy z odbiorców znajdzie odpowiednie dla siebie pismo. Wśród poczytnych periodyków utrzymują się przede wszystkim tytuły posiadające swoisty „monopol” na rynku prasy. Trzeba podkreślić, że większość współczesnych czasopism ukazała się już w niepodległych Czechach (głównie na początku XXI w.). Wśród nich znajdują się również tytuły o długiej tradycji, powstałe jeszcze przed transformacją ustrojową: „ABC” (ukazuje się od 1957 r.), „Anděl Strážný” (1882–2000), „Atom” (1969–1990), „Čigoligo” (od 1929 r.), „Čtení pod lavicí” (od 1969 r.), „Čtyřlístek” (od 1969 r.), „Edice Hvězdička” (1971–1990), „Letecký modelář” (1950–1996), „Malý hlasatel” (1935–1936, następnie pt. „Mladý hlasatel” 1936–1941, 1990–1991 oraz „Hlasatel” 1991 r.), „Mateřídouška” (od 1945 r.), „Melodie” (1963–2000), „Mladý filatelista” (1967–1992), „Mladý svět” (1959–2005), „MY” (1945–1991), „Naše rodina” (od 1968 r.), „Naše vojsko” (1927–2009), „Ohníček” (1950–2001), „Pionýrská štafeta” (1968–1990), „Pošumavský hlasatel” (1963–1994), „Rodokaps” (1935–2000), „Sedmička” (1968–1992), „Skaut” (od 1915 r.), „Skauting” (od 1919 r.), „Sluníčko” (od 1967 r.), „Stránka pro malé i velké děti”

⁹ Informacje na temat aktualnych danych dotyczących czeskich mediów zamieszcza MediaGuru – portal informacyjny poświęcony zagadnieniom z zakresu mediów, marketingu i reklamy. Serwis powstał w 2007 roku. Witrynę prowadzi agencja mediowa PHD we współpracy z innymi agencjami należącymi do grupy Omnicom. MediaGuru jest zaliczany, obok tygodnika „Marketing & Media” wydawnictwa Economia, portalu internetowego Mediář wydawanego przez stowarzyszenie Mediář.cz, do grona trzech najważniejszych serwisów poświęconych mediom i marketingowi na rynku czeskim (<https://www.mediaguru.cz/>).

(1983–1992), „Tam Tam” (1973–1997), „Tramp” (1929–2000), „Věda a technika mládeži” (1954–1990), „Zálesák” (1968–1991), „Zápisník” (1957–1992). Wszystkie czasopisma ruchu pionierskiego, niegdyś bardzo popularne wśród młodzieży, istniały na rynku prasy czeskiej jedynie przez kilka lat po aksamitnej rewolucji. Powoli zanika tradycja związana z działalnością Jaroslava Foglara i powiązanych z nim czasopism. Ten trend należy już do przeszłości. Zarówno kościół, jak i różne organizacje nie próbują wznowić działalności wydawniczej. Obecnie według danych zamieszczonych na czeskim portalu informacyjnym MediaGuru najchętniej czytane czasopisma dla dzieci i młodzieży w Czechach to „ABC”, „Top dívky” i „Popcorn”¹⁰.

Wprawdzie po 1989 r. liczba czasopism dla dzieci i młodzieży znacznie wzrosła, ale załamał się dotychczasowy praktykowany przez wydawców model pisma, w którym propaganda polityczna funkcjonowała obok wartości, takich jak: dziedzictwo kulturowe, dom, rodzina, autorytety (rodzice, dziadkowie, nauczyciele), a także zainteresowanie sztuką, nauką i techniką. Niestety, od początku lat 90. redaktorzy dysponowali znacznie mniejszą powierzchnią na tekst, który uległ redukcji na rzecz obrazu, a ten zyskał na znaczeniu. Reklama i marketing, słabo rozwinięte jeszcze w pierwszej fazie „żywiolowego entuzjazmu” nowych wydawców i nadawców oraz wymuszonych przekształceń starych tytułów (do połowy 1991 r.), zdominowały nie tylko czynniki wpływające na samo istnienie poszczególnych tytułów na rynku, ale jednocześnie w dużej mierze również zawartość czasopism (Filas, 2010). Dotyczy to wszystkich tytułów, zarówno tych przeznaczonych dla dzieci w wieku przedszkolnym, jak też tych dla nastolatków. Zdecydowanej większości publikowanych w czasopiśmie „Mateřídouška” reklam brak jakichkolwiek oznaczeń, często także typowych elementów wizualnych, które odróżniałyby reklamę od innych treści. W związku z tym, że znacząco wpływa to na fakt redukcji i uproszczenia tekstu, czasopisma dla dzieci i młodzieży w zasadzie straciły swoją pierwotną funkcję edukacyjną, rozumianą jako gromadzenie zasobu odpowiedniej wiedzy i oddziaływanie – za pomocą różnych środków rozwijania osobowości – na czytelnika. Z czasem czasopisma dla dzieci i młodzieży stały się swego rodzaju katalogami produktów i usług. Zysk stał się najważniejszy.

Pisma dla młodego odbiorcy wydawane od międzywojnia aż do 1989 r. oparte były na kryterium polegającym na przystosowaniu zawartości periodyków do poszczególnych etapów rozwoju dziecka, a następnie nastolatka. Trzeba jednak pamiętać, że zgodnie z komunistyczną doktryną środków masowego przekazu, czasopisma młodzieżowe, podobnie jak ogół ukazującej się wówczas prasy, pełniły przede wszystkim funkcję propagandową, a o treści zamieszczanej w periodykach decydowały potrzeby ustroju. Dopiero jego upadek w 1989 r.

¹⁰ Czasopisma „Top dívky” i „Popcorn” wydaje wydawnictwo Empresa Media. Oba periodyki cechuje niski poziom językowy i znikoma wartość artystyczna. Źródło: *Nová data: Přehled čtenosti časopisů*. <https://www.mediaguru.cz/clanky/2017/08/nova-data-prehled-ctenosti-casopisu/>.

przyniósł w tym zakresie gruntowne przemiany. Oczywiście w Czechach nadal wydawane są czasopisma adresowane do różnych grup wiekowych, wśród nich zarówno czasopisma o wieloletniej tradycji („Sluníčko”, „Mateřidouška”, „Čtyřlístek”), jak i nowsze propozycje („Předškolák”, „Báječná školka”, „Dráček”) o niejednakowej wartości formalnej i różnym poziomie artystycznym (Provažník, 2016: 18). Największa liczebnie grupa wydawnictw jest przeznaczona dla dzieci od sześciu do dwunastu lat – to prawie połowa (np. „Mateřidouška”, „Pastelka”, „Raketa”, „Světýlko”, „Skaut”, „Bobří stopa”, „Luštění pro děti”, „Primáček”, „Nedělníček”, „Tečka!”, „Včelka Mája”, „Časostroj”), resztę stanowią wydawnictwa periodyczne dla dzieci w wieku przedszkolnym (np. „Malý Zajíček”, „Báječná školka”, „Hvězdička”, „Šikulka”, „Bumík”, „Ben Já Mína”, „Měda Pusík”, „Rozmarýnka”, „Kutílek”, „Puntík”, „Sluníčko”, „Dráček”, „Čtyřlístek Mini”, „Cesta do školy”) i czasopisma dla nastolatków (np. „ABC”, „Junior”, „Junior – Věda a příroda”, „Časostroj”, „Roverský kmen”, „Svět na dlani”, „Pevnost”, „Top dívky”, „Popcorn”). Wydawcy starają się dokładnie określić grupę docelową odbiorców, najczęściej jest ona wąska po to, by była jak najbardziej skuteczna i gwarantowała sukces (Wieczerek, 2007: 58). Współczesne czasopisma dla dzieci i młodzieży należy podzielić, uwzględniając zwłaszcza kryterium zawartości i zastosowanych form wypowiedzi, a także biorąc pod uwagę charakter i typ odbiorcy, do którego są adresowane. Już w latach 90. XX wieku wprowadzono podział periodyków na m.in.: wydania kulturalno-kształcące („Ikárie”), edukacyjne („Pastelka”), rozrywkowo-zabawowe („Luštění pro děti”), techniczne („ABC”), komiksowe („Čtyřlístek”), hobbystyczne („Mladý Filatelista”), wyznaniowe („Anděl Strážný”), artystyczne („Origami”) i in. Wyraźną zmianą w porównaniu do czasów przed przełomem 1989 r. było zastąpienie dotychczasowego podziału czasopism według poziomów czytelnico-wiekowych podziałem zgodnym z kryterium, które można nazwać specjalistyczno-rodzajowym¹¹.

Obecnie większość czasopism stanowią tytuły, które mają charakter wielofunkcyjny, kierowane są do dzieci w wieku przedszkolnym i uczniów młodszych klas szkoły podstawowej. Na ich „wszechstronność” wpływają głównie czynniki ekonomiczne. Periodyki tego typu pełnią wiele funkcji – od wychowawczych, edukacyjnych i dydaktycznych, przez poznawcze, aż po estetyczne i rozrywkowe. Poszczególne czasopisma są do siebie podobne pod względem tematycznym, prezentują zbliżone materiały w sposób fragmentaryczny i niesystematyczny. Właśnie takie tytuły, a nie te wyróżnione przez ekspertów, dominują w sprzedaży detalicznej i kształtują gust dzieci. Marketing rządzi się swoimi prawami i jego głównym celem jest zwiększanie sprzedaży produktów oraz usług. Do tej grupy zaliczają się czasopisma publikowane przez wydawnictwo Egmont ČR s.r.o., w których przeważają komiksy i historie postaci po-

¹¹ Warto jednak pamiętać o tym, że istnieje również grupa czasopism, które ze względu na swoją zawartość (w dużym stopniu nawiązującą do prasy skierowanej do dorosłego czytelnika) niełatwo poddają się jasnej klasyfikacji.

chodzących z zagranicznych kreskówek. Egmont wydaje najwięcej czasopism dla dzieci w Czechach, należą do nich: „Medvídek Pú”, „Kačer Donald ČR”, „Barbie”, „Hello”, „Dinosauri z DinoParku”, „Zvonilka”, „Lokomotiva”, „Tomáš”, „Monster High”, „Sofie První Kitty”, „My little Pony”, „Princezna” i in. Spośród licznych tytułów Egmontu najwyższy średni nakład ma aktualnie czasopismo „Witch” – 38 000 egzemplarzy miesięcznie. To pismo komiksowe w stylu mangi. Jest przeznaczone dla dziewczynek od dziewiątego roku życia. Porusza atrakcyjną tematykę magii. Czytelniczki znajdą tu animowane opowieści pięciu dziewczyn, które posiadają nadprzyrodzone zdolności. Dodatkowo do każdego numeru dołączony jest magiczny prezent. Redaktorzy tych periodyków powielają wzór eklektycznego czasopisma, zachowują niemal identyczny układ i barwną szatę graficzną, a także obowiązkowo zamieszczają w nim *product placement* (Kadlecová, 2007: 14).

Możliwość konkurencji na rynku czasopism dla dzieci w wieku przedszkolnym jest utrudniona z powodu nasycenia tego sektora licznymi periodykami. Pisma dla najmłodszych oraz przedszkolaków są w większości podobne i przeznaczone zarówno dla dziewczynek, jak i chłopców. Ponieważ dzieci w tym wieku nie potrafią jeszcze czytać, czasopisma stanowią przede wszystkim narzędzie dla rodziców i nauczycieli, którzy wykorzystują je do pracy z dziećmi (do nauki czytania, ćwiczenia uwagi, rozwijania wyobraźni) w czasie wolnym. W ostatnich latach zwiększonym zainteresowaniem wydawców cieszy się grupa dzieci w wieku od sześciu do dwunastu lat. W najnowszej ofercie czeskich czasopism kierowanych do najmłodszych i nastolatków istnieje jednak pewna luka, gdyż brakuje dobrego tytułu dla dzieci w wieku gimnazjalnym. Wydawcy proponują w większości tytuły bardzo powierzchowne, kolorowe, pełne plakatów gwiazd, plotek, komiksów, krzyżówek, nowości ze świata mody czy rozrywki, które stają się kopią magazynów dla dorosłych. Nie ma w nich autorów wartościowych opowiadań, powieści, reportaży czy tekstów edukacyjno-wychowawczych. Aktualna oferta czeskiego rynku prasy dziecięco-młodzieżowej jest uboga w tytuły, które uchodzą za literackie lub artystyczne, a także popularyzujące, zachęcające młodego czytelnika do sięgnięcia po literaturę piękną. Żadnego spośród dostępnych po 1989 r. czeskich czasopism dla młodego odbiorcy nie można określić mianem magazynu literackiego, nawet tytułów, które kiedyś publikowały bardzo dobrą beletrystykę, takich jak „Sluníčko”, „Mateřídouška”, częściowo też „ABC” (Provazník, 2016: 21).

Ten ostatni to legendarny dwutygodnik naukowo-techniczny skierowany do czytelników w wieku od dziewięciu do czternastu lat¹². „ABC”, pieszczotliwie nazywane „abičko”, należy do najbardziej poczytnych czasopism w Czechach. W okresie jego największej świetności wierni czytelnicy mogli brać udział w ciekawych imprezach: (np. w wyścigach minisamochodów wy-

¹² W 2009 r. jeden z 26 minutowych odcinków programu telewizyjnego *Retro* został poświęcony historii czasopisma „ABC” (<https://www.ceskatelevize.cz/porady/10176269182-retro/209411000360021/>).

konanych przez dzieci, wystawach papierowych modeli, głównie autorstwa słynnego Richarda Vyškovskiego)¹³ czy podejmować inicjatywy w ramach działalności klubów, których liczba z czasem przerosła liczbę klubów Foglara. Wieloletni redaktor naczelny „ABC” Vlastislav Toman podkreśla, że dzisiejsze „abíčko” nie może być tym, czym było za jego kadencji, która trwała do początku lat 90. XX w. Obecne zmiany podyktowane są bowiem przez nowe wyzwania, możliwości i problemy, na które wydawca musi reagować (Toman, 2005: 198). Pierwszy numer czasopisma ukazał się w 1957 r. pt. „ABC mladých techniků a přírodovědců”. „ABC” początkowo osiągało nakład 50 000 egzemplarzy, w latach 70. już 130 000, w latach 80. niesamowite 270 000, natomiast teraz jedynie 49 000 egzemplarzy¹⁴. Redaktorem naczelnym jest Zdeněk Ležák. Periodyk wydaje Czech News Center a.s. (wcześniej Ringier Axel Springer CZ a.s.), jeden z największych wydawców w Czechach, który dociera do sześciu milionów czytelników. „ABC” zawiera informacje ze świata techniki, nauki, przyrody, sportu, nowoczesnych technologii i historii. Znajdziemy w nim także artykuły na tematy społeczne. Integralną częścią każdego numeru są również konkursy, quizy, dodatki, naklejki i tradycyjne wycinanki. Wśród stałych rubryk pojawiają się porady dotyczące podróży oraz recenzje filmów i książek. Zamieszczane są tam też informacje o interesujących wydarzeniach, komiksy, plakaty, straszne historie i in. Czasopismo znane było z wysokiego poziomu w zakresie doboru tekstów, dobrej jakości zdjęć i graficznej wizualizacji informacji, a ponadto udostępniania wiedzy w przystępny sposób. Obecnie dominuje w nim aspekt wizualny (niestety, kosztem zmniejszonej objętości tekstu). Poszczególne numery, liczące 60 stron, zawierają od 25 do 50 fotografii, rysunków czy ilustracji¹⁵.

Niestety, wydawcy czasopisma „Mateřídouška” już dawno zrezygnowali z wysokiego poziomu literackiego i artystycznego, niegdyś jednego z najlepszych czeskich periodyków dla dzieci. Miesięcznik ukazuje się nieprzerwanie od 1945 r. w nakładzie 60 000 egzemplarzy. Od 2016 r. czasopismo wydaje Czech News Center a.s. Redaktorem naczelnym „Mateřídouški” jest Petra Slušňáková. Tytuł przeznaczony jest dla dzieci w wieku od siedmiu lat. Pe-

¹³ Richard Vyškovský (1929–2019) – czeski architekt i twórca modeli papierowych. Znały był przede wszystkim jako autor modeli papierowych, które od 1969 r. ukazywały się w czasopiśmie „ABC”. Od 1997 r. modele Richarda Vyškovskiego wydaje również wydawnictwo ERKOtyp, którego współwłaścicielem i kierownikiem jest syn twórcy – Richard.

¹⁴ Informacja o liczbie egzemplarzy pochodzi z ABC ČR (Audit Bureau of Circulations – Kancelář ověřování nákladu tisku). W Czechach ABC ČR zapewnia weryfikację nakładu druku. Ponadto dostarcza danych o wysokości kosztów sprzedaży i druku czeskich tytułów. Co istotne, ABC ČR jest członkiem IF ABC (International Federation of Audit Bureau of Circulations – Mezinárodní federace kancelář ověřování nákladu tisku). Członkowie tej federacji są ustawowo zobowiązani do przestrzegania międzynarodowych standardów przy publikowaniu zweryfikowanych danych (<https://www.abccr.cz/>).

¹⁵ W powyższej liczbie strony reklamowe nie zostały uwzględnione.

riodyk zawiera bajki, opowiadania, komiksy, lekcje języka angielskiego, gry, rebusy, konkursy, puzzle, quizy, krzyżówki w języku czeskim i angielskim, dowcipy i wiele ciekawostek z dziedziny przyrody, kultury, techniki itp. Wewnątrz prawie każdego numeru znajdują się wycinanki, gry planszowe, układanki, lalki, maski, obrazki na ścianę, które stały się stałym elementem magazynu. W polityce czasopisma widoczny jest wyraźnie marketing dziecięcy, działania wydawcy mają charakter komercyjny, skierowane są w stronę dzieci jako obecnych i przyszłych zadowolonych konsumentów. „Można powiedzieć, że w społeczeństwach Zachodu zamieniono dzieci w klientów, w związku z czym w sklepach i w mediach toczy się nieustająca wojna o dziecko, jedną z dwóch głównych sił w tej wojnie są koncerny, reklamodawcy, żyjące z reklam media dla dzieci, producenci programów dla dziecięcej widowni, właściciele supermarketów i sklepów branżowych, a zatem cała „maszyna marketingowa” obracająca miliardami dolarów rocznie, skupiająca całą swoją energię i pomysłowość tylko na tym, jak obmyślić doskonalszą strategię nakłaniania dzieci do kupna rzeczy niepotrzebnych” (Szlendak, Pietrowicz, 2005: 91–92). Młodzi czytelnicy przestają być socjalizowani do wspólnoty, a coraz częściej zaczynają być socjalizowani do przedmiotów. Dodatki do czasopisma stały się nieosobowymi partnerami interakcji, to „pośrednicy” czy „mediatory”, sztuczne, udawane, plastikowe i wytworzone w celu realizacji interesów koncernu. Najmłodszy jest więc idealnym klientem. Małgorzata Bogunia-Borowska uważa, że „wiele jest w ofercie kierowanej do dziecka animowanych, kolorowych postaci, zwierzątek, które ułatwiają mu identyfikację z produktem, z drugiej zaś strony jest ono traktowane jako pełnoprawny użytkownik – konsument współczesnych technologii” (Bogunia-Borowska, 2005: 161–162).

Czasopismo komiksowe „Čtyřlístek” prowadzi własny sklep internetowy, w którym czytelnicy mogą zakupić m.in.: pościel, podkoszulki dla dzieci i rodziców oraz drewniane figurki z ulubionymi bohaterami komiksów (Bobík, Fifinka, Myšpulín, Pinda). Należy zwrócić uwagę, że reklamowane są nie tylko towary dla dzieci i dorosłych, ale także produkty uniwersalnego przeznaczenia (soki, napoje, żelki z witaminami), podobnie zresztą dzieje się w innych czasopismach. Nakład „Čtyřlístka”, w którym publikowane są historie zwierząt, poszukiwane głównie przez początkujących czytelników, wynosił w ostatnich latach od 35 000 do 37 000 egzemplarzy miesięcznie. Natomiast od 25 do 30 procent egzemplarzy nie zostało sprzedanych.

Ostatnio również miesięcznik „Sluníčko”, skierowany do najmłodszych w wieku od trzech do sześciu lat, stał się produktem naszych czasów. Redaktorką naczelną czasopisma jest Tereza Aratiković. Periodyk wydaje Czech News Center a.s. w nakładzie 110 000 egzemplarzy. „Sluníčko” ukazuje się od 1967 roku. Obecnie czasopismo ma charakter rozrywkowy, proponuje bowiem czytelnikom głównie dużą liczbę ilustracji, zgadywanek i różnego typu dodatków (puzzli, malowanek czy wesołych i kolorowych wycinanek). „Mateřídouška” i „Sluníčko” to czasopisma o długiej tradycji, które publikuje CN In-

vest, dziś cechują się brakiem ciekawej, pomysłowej szaty graficznej, są ubogie w treści, gdyż nie uwzględniają ważnych w tego typu prasie aspektów edukacyjnych i wychowawczych. Ich wydawca stawia głównie na gry, puzzle czy konkursy. Jak większość periodyków zawierają liczne reklamy, które w przypadku „Mateřidouški” stanowią około jednej czwartej, a „Sluníča” – nieco mniej zawartości każdego numeru. Odbiorca pism dziecięcych praktycznie nie potrafi określić, co jest reklamą, a co nią nie jest.

Współcześnie czytelnicy, szczególnie nastolatki, znajdują się pod silnym wpływem gier komputerowych. Na rynku czeskim istnieje wiele czasopism komputerowych (np. „Score” czy „Level”), ale tematyka wspomnianych gier pojawia się także w innych czasopismach. Na przykład w numerze 21 z 2008 r. czasopisma „ABC” problematyka gier zajmuje osiemnaście z sześćdziesięciu stron tytułu (czternaście redakcyjnych i cztery reklamowe). O wysokim wpływie cyfryzacji na dzieci świadczy duża popularność filmów animowanych, które są reprezentowane również w prasie, przykładowo „Mateřidouška” często na stronie tytułowej zamieszcza ilustracje z filmu animowanego, zazwyczaj są to produkcje o hollywoodzkiej proveniencji (np. *Madagaskar*, *Kung-fu Panda*). W 2009 r. film stanowił główny temat okładki aż dziewięciu z dwunastu wydań tego czasopisma.

Godny pochwały wyjątek stanowi czasopismo „Raketa”, którego pierwszy numer „Ledové číslo” (2014 r.) ukazał się w wydawnictwie Labirynt we współpracy ze stowarzyszeniem Raketa dětem. Periodyk redagowany jest głównie z myślą o dzieciach w wieku od sześciu do dwunastu lat. Ukazuje się cztery razy w roku w postaci wydań tematycznych i nie zawiera reklam. Na 52 stronach można znaleźć opowiadania, komiksy, zabawne gry, zadania, rękodzieło, porady i przepisy kulinarne, polecane przez redaktorów lektury, i propozycje dotyczące podróży. Zespół czasopisma tworzą dwie redaktorki naczelne Johana Švejdíková i Radana Litošová wraz z gronem stałych autorów i artystów, takich jak: Nikkarin¹⁶, Milada Rezková, Lukáš Urbánk, Mařena Urbánková, Aneta Fr. Holasová, Jana Šrámková, Petra Josefína Stibitzová, Olga Starostová,

¹⁶ Nikkarin (właśc. Michal Menšík) – czeski artysta, ilustrator i autor komiksów. Nikkarin po raz pierwszy pojawił się na czeskiej scenie komiksowej w 2008 r., opublikował wówczas opowiadanie *Bunkr* w czasopiśmie komiksowym o tej samej nazwie. Jego największym jak dotąd projektem artystycznym jest postapokaliptyczna tetralogia *130*. Inspirację do jej stworzenia zaczerpnął z dorobku francuskiego autora komiksów Moebiusa (właśc. Jean Henri Gaston Giraud), świata gry komputerowej *Fallout* oraz powieści Antoine’a de Saint-Exupéry’ego *Mały Księżę*. W 2011 r. Nikkarin był jednym z trzynastu czeskich i słowackich ilustratorów komiksów, którzy współpracowali przy publikacji *Ještě jsme ve válce*, wspólnym projekcie stowarzyszenia Post Bellum i Ústavu pro studium totalitních režimů. Celem tego przedsięwzięcia było przedstawienie czytelnikom – za pomocą komiksu – tragicznych losów ludzi żyjących w czasach totalitarnych. W 2020 r. Nikkarin otrzymał nagrodę Zlatá Stuha za komiks *Super Spellword Sága: Legenda o nekonečnu*. Obecnie pracuje jako ilustrator i autor komiksów dla czasopisma „Čtyřlístek” i „Raketa”. Zob. Mandys, P. (2011). *Totalita očima komiksu*. Pobrano z: <https://www.iliteratura.cz/clanek/29143-kroupa-mikulas-jeste-jsme-ve-valce>.

Filip Raif i Bája Haagerová. Redaktorki prezentują także prace innych autorów i artystów, na których twórczość pragną zwrócić uwagę młodych odbiorców. Specjalny, darmowy numer „Rakety” był dedykowany dzieciom, które trafiły do Czech w wyniku wojny w Ukrainie. Zawarto w nim komiksy, opowiadania, gry, lektury, quizy, wycinanki, słowniki i inne ciekawe informacje dla dzieci, nie tylko w wieku od pięciu do dwunastu lat. W przygotowaniu tego numeru wzięli udział czescy i ukraińscy autorzy oraz artyści. Ukraińska wersja „Rakety” powstała dzięki wsparciu 440 darczyńców na portalu Donio i ukazała się w łącznym nakładzie 50 000 egzemplarzy. Publikację wsparło również Ministerstwo Kultury Republiki Czeskiej, Czeskie Centra oraz Fundacja PPF¹⁷. Ten kwartalnik tworzą ludzie obdarzeni wyobraźnią, ponieważ dbają o wysoki poziom artystyczny czasopisma i dobór odpowiednich tekstów literackich, a w ich działaniach widać troskę o młodego czytelnika.

Do niedawna zabawny, ilustrowany miesięcznik „HRANA” (2012–2014) należał do grupy bardziej ambitnych tytułów skierowanych do dzieci w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym. Do zespołu redakcyjnego należały Alžběta Kratochvílová i Mariana Dočekalová. Każdy numer czasopisma miał charakter tematyczny (np. Indianie, statek, teatr, filmowcy, listonosze, piraci, lekarze, kosmos, poszukiwacze skarbów, podróż dookoła świata). Periodyk skierowany był do dzieci, które chcą rozwiązywać zabawne zadania, grać w gry, majsterkować, tworzyć, wycinać, sklejać, składać, czytać komiksy, opowiadania, wiersze, rywalizować i fantazjować. Czasopismo sprzedawano w miejscach, w których tradycyjnie można spotkać się z literaturą i sztuką dla dzieci na wysokim poziomie (w Pradze jest to teatr Minor, Księgarnia i kawiarnia Řehoře Samsy itp.)¹⁸. Do znanych autorów, ilustratorów, którzy współpracowali z periodykiem należą: Majda Bořkovcová, Milan Starý, Markéta Horáková, Jan Bohuslav, Petra Cífková i Lenka Jehlíková.

Przedsięwzięciem niekomercyjnym, tytułem interaktywnym dla całej rodziny jest „Klobouk na Pařezu” (od 2011 r.). W skład zespołu redakcyjnego wchodzi: Lucie Čapková, Lenka Rojíková i Vilma Kollmanová. Głównym celem redaktorów jest zachęcanie czytelników do zabawy, kreatywności, miłości, radości, relaksu, zdrowej pewności siebie i pozytywnego myślenia. Periodyk jest w większości pisany ręcznie. Ponad trzydziestu pięciu różnych autorów na sześćdziesięciu stronach zachęca do odkrywania ciekawych miejsc, tworzenia, wymyślania historii, zabawy, składania książek, rywalizowania, malowa-

¹⁷ Fundacja PPF powstała jesienią 2019 r., aby wspierać tych, którzy pracują na rzecz rozwoju czeskiego społeczeństwa, usiłują stworzyć właściwe środowisko i dobre warunki dla większej otwartości kulturowej, a swoje projekty tworzą w kontekście międzynarodowym (<https://nadaceppf.cz/o-nadaci>).

¹⁸ Numer 24 tego czasopisma z 2012 r. to jeden z najlepszych i najciekawszych tytułów, który w ostatnich latach ukazał się w czeskiej prasie dla dzieci i młodzieży. Czytelnicy mogli zajrzeć do redakcji magazynu „HRANA”, dowiedzieć się, co jest potrzebne do przygotowania takiego czasopisma, kto, czym się zajmuje, a także poznać podstawowe etapy produkcji np. własnego pisma.

nia, wspomniania, podróżowania po świecie, poznawania przyrody, architektury, historii, układania, zgadywania, pomagania naszej planecie, gotowania czy korespondowania. Główne tematy poruszane w kolejnych numerach czasopisma to: ekologia, miłość do Ziemi, przyroda, wartości duchowe, tradycja, historia, rękodzieło, podróże i rodzina. Przypadek „Rakety”, „HRANY” i „Klobouka na Pařezu” pokazuje, że rozwój prasy dla dzieci i młodzieży w Czechach ma pewne perspektywy, mimo że tradycyjnej prasie jest coraz trudniej realizować swoje zadania, stale bowiem podlega presji rynku (dążenie do osiągnięcia zysków) oraz konkurencji ze strony Internetu.

Jednym z najbardziej zauważalnych trendów ostatnich lat jest ucyfrowienie wydawnictw periodycznych dla dzieci i młodzieży. Z czasem bowiem rolę głównego medium przejął Internet, w którym obecnie ukazują się wiele czasopism. Zdarza się też, że redakcje niektórych pism umieszczają w nim zdigitalizowane wersje edycji papierowej i archiwa opublikowanych już materiałów. Natomiast inne tytuły są wydawane zarówno w formie drukowanej, jak i cyfrowej¹⁹. Internet służy m.in. promowaniu, nawet wśród najmłodszych użytkowników, papierowych publikacji (Čuřík, 2012: 10–16). Tradycyjny, listowny kontakt z czytelnikami, zastąpiły e-maile. Do ich pisania zachęcają internetowe witryny czasopism (np. rubryka *Mourrisonova porada* w czasopiśmie „ABC”), na których odbywają się różne konkursy, plebiscyty, akcje, a także strony wspomnianych pism na Facebooku czy Instagramie. Firma Street Light Production s.r.o. (istnieje od końca 2015 r.) wypuściła na czeski rynek prasy młodzieżowej magazyn „JJ” (od 2016 r.) z podtytułem „magazyn pisany przez YouTuberów”, który nastawiony jest na aktualną „youtuberską modę”. Redaktorem naczelnym czasopisma jest Martin Novák.

Wydawcy czasopism aktywizują również rodziców. Warto wspomnieć, że przy czasopiśmie „Raketa” działa Spolek Raketa dětem, który promuje wystawy, warsztaty plastyczne, spotkania, dyskusje, ma charakter charytatywny i wspiera dzieci z rodzin zastępczych, które otrzymują ten tytuł za darmo. Dzięki Fundacji Avast w 2018 r. darmowe subskrypcje otrzymało dodatkowo siedemset przewlekłe chorych dzieci z całych Czech. W ramach projektu *Daruj RAKETU* czytelnicy, którzy chcieliby przyłączyć się do tej inicjatywy, mogą ponadto przekazać pieniądze za następny numer lub całą prenumeratę dzieciom z biednych rodzin. Spolek Raketa dětem cieszy się wieloletnim wsparciem Ministerstwa Kultury Republiki Czeskiej. Z nieco innym projektem wychodzi redakcja czasopisma „ABC”, która wiosną każdego roku gości

¹⁹ Na przykład strona internetowa Komiksárium.cz; magazyn internetowy eKamarád.cz; interaktywne czasopismo „Kouzelné čtení” działają tylko z ołówkiem elektronicznym, do którego należy pobrać plik audio; magazyn „ČAU – Čti A Usmívej se” we współpracy ze studiem telewizyjnym Studio Rosa (prowadzący Jan Rosák) organizował tzw. wielką grę szczęścia, która polegała na tym, że jeśli czytelnik znalazł w czasopiśmie znaczek ptaka ČAU, mógł uczestniczyć w kręceniu tego porannego niedzielnego programu dla dzieci.

w Národním zemědělském muzeum w Pradze swoich czytelników i miłośników. Rodzice oraz dzieci spotykają się podczas organizowanych przez wydawcę festynów rodzinnych (pod nazwą *Festival ABC*), w trakcie których odbywają się liczne gry, zabawy, koncerty, kursy gotowania, a także spotkania z wydawcami i autorami książek dziecięco-młodzieżowych. Należy podkreślić, że takie tytuły, jak: „ABC”, „Sluníčko”, „Mateřídouška” czy „Čtyřlístek” mają na czeskim rynku długą i żywą tradycję, która nadal wpływa na tamtejszy rynek prasy dla młodego odbiorcy.

PODSUMOWANIE

Przedstawione powyżej zmiany, które stały się udziałem współczesnej prasy dla dzieci i młodzieży, są konsekwencją znacznie szerszego zjawiska, jakim jest pauperyzacja kultury (odchodzenie od tzw. kultury wysokiej na rzecz kultury masowej) – proces globalny, właściwy nie tylko czeskiemu rynkowi czasopism²⁰. Obserwacja opisywanego rynku wydawniczego pozwala na sformułowanie spostrzeżenia, że z jednej strony różnorodność oferty przyczynia się do konkurowania czasopism między sobą oraz czasopism z mediami audiowizualnymi, a z drugiej dezorientuje czytelników, utrudniając im wybór wśród wielu tytułów. Komerccjalizacja prasy, przy jednoczesnym spadku czytelnictwa gazet i czasopism, zmianie stylu życia nastolatków, a także upowszechnieniu Internetu, wpłynęły na obecny kształt znacznej części tytułów dla dzieci i młodzieży. Dobre czasopisma mogą wszak otworzyć drogę młodym czytelnikom do beletrystyki (jak również do sztuk wizualnych), obudzić w nich potrzebę poznawania literatury pięknej i zdobywania umiejętności rozumienia różnego rodzaju tekstów. Co więcej – dają szansę na rozbudzenie w dzieciach potrzeby czytania, a także stanowią grunt dla nowo powstającej twórczości. W histo-

²⁰ Joanna Falkowska podkreśla, że w Polsce ten sektor prasy po 1989 r. uległ wyraźnej zmianie. „Pojawiło się wówczas wiele nowych periodyków, o które, można powiedzieć, że dopominał się rynek czytelniczy. Niestety, z tego powodu niektóre z dotychczas istniejących, nawet tych z wieloletnią tradycją przestały się ukazywać. Był to okres rozwoju ilościowego czasopism, zarówno dla dzieci, jak i dla młodzieży, natomiast ocena zawartości i jakości tych pism cały czas budzi dyskusje i prowokuje do dalszych badań” (Falkowska, 2021: 112). Problematyka czasopiśmiennictwa dla dzieci i młodzieży w Polsce wywołuje duże zainteresowanie wśród polskich badaczy. Falkowska zauważa, że „[...] cały czas jest to temat ważny, budzący dyskusję, skłaniający do poszukiwania odpowiedzi na pytanie jak periodyki dla młodszych i nieco starszych odbiorców kształtowały ich charaktery, wrażliwość, a także jak spełniały swe funkcje wychowawcze i rozrywkowe” (Falkowska, 2021: 113). Badaczka w raporcie z badań wskazuje najważniejsze prace dotyczące zagadnienia czasopiśmiennictwa dla dzieci i młodzieży w Polsce. Zwraca uwagę na teksty poświęcone wybranym periodykom lub też przedsięwzięcia wydawnicze, które odegrały znaczącą rolę w kształtowaniu świadomości młodych odbiorców, poczynawszy od „Rozrywek dla Dzieci”, aż po rok 1989 i powstanie w Polsce wolnego rynku prasowego.

rii czeskiej prasy dla dzieci i młodzieży można bowiem wyróżnić redagowane na wysokim poziomie czasopisma literackie: „Sluníčko”, „Mateřídouška”, „Ohníček”, „Sedmička” czy „Pionýr” (lub „Větrník”), na łamach których przed 1989 r. zrodziła się niejedna książka dla dzieci. Niestety, w latach 90. XX w. czasopisma te stopniowo zanikały, ewentualnie były przekształcane przez nowych właścicieli (jak w przypadku „Mateřídouški”), którzy skierowali swoją propozycję w stronę masowego odbiorcy. Ich podstawowym celem jest dziś dostarczanie rozrywki i zagospodarowywanie czasu wolnego. W związku z tym charakteryzują się homogenizacją treści oraz barwną szatą graficzną. Współczesne czasopismo, „aby zaistnieć, powinno być kolorowe, drukowane na dobrym papierze, »wabić« pomysłowymi okładkami oraz w sposób bardzo przystępny i bez nadmiernego dydaktyzmu prezentować problematykę interesującą czytelnika” (Kumiega, 1997: 48). Dominującą pozycję na rynku zajmują kolorowe tytuły. Wydawanie takich czasopism zwykle przynosi znaczne materialne korzyści. Zyski czerpane są nie tylko ze sprzedaży egzemplarzowej, ale przede wszystkim z reklamy. Michał Rogoż pisze, że „wydawcy prowadzący działalność gospodarczą (która z założenia powinna być maksymalnie, jak tylko to możliwe, dochodowa) zazwyczaj są nastawieni nie tyle na wychowanie młodego czytelnika, ile na uzyskiwanie dobrych wyników sprzedaży, co zazwyczaj wiąże się ze schlebianiem jego gustom, zaspokajaniem potrzeb rozrywki i dostarczaniem przyciągających uwagę informacji” (Rogoż, 2017: 320). W każdym razie, na współczesnym czeskim rynku prasy dla dzieci i młodzieży nadal pojawiają się godne uwagi czasopisma (np. „Raketa”, „HRANA”, „Klobouk na Pařezu”), mogące istotnie przyczyniać się do rozwoju intelektualnego młodych czytelników. Wobec tego „dzisiaj w warunkach konkurencji rynkowej zarówno dzieci, jak i ich rodzice i nauczyciele, mają dostęp do szerokiego wachlarza czasopism, trzeba tylko umieć szukać i wybierać w tym ogromie tytułów” (Bzibziak, 1997: 25).

BIBLIOGRAFIA

- Albrecht, J., Navara, L. (2010). *Abeceda komunismu*. Brno: HOST.
- Bednářík, P., Jirák, J., Köpplová, B. (2011). *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. Praha: Grada.
- Benda, J. (2007). *Vlastnictví periodického tisku v ČR v letech 1989–2006*. Praha: Karolinum.
- Beránková, M. (1981). *Dějiny československé žurnalistiky I*. Praha: Novinář.
- Beránková, M., Krivánková, A., Ruttkay, F. (1988). *Dějiny československé žurnalistiky III*. Praha: Novinář.
- Bezděková, O. (2012). *Po stopách kreslených seriálů 1*. Praha: Volvox Globator.
- Bogunia-Borowska, M. (2005). Dziecko w kulturze konsumpcyjnej – infantyilizacja kultury jako konsekwencja narodzin podmiotu rynkowego. W: A. Jawłowska, M. Kempny, (red.), *Konsumpcja – istotny wymiar globalizacji kulturowej* (157–183). Warszawa: Wydawnictwo IfiS PAN.
- Bzibziak, M. (1997). Mały katalog czasopism dla dzieci. *Guliwer*, 1, 25–36.

- Chaloupka, O., Voráček, J. (1984). *Kontury české literatury pro děti a mládež: od začátků 19. století po současnost*. Praha: Albatros.
- Čelovský, B. (2002). *Konec českého tisku*. Šenov u Olomouce: Tilia.
- Čurík, J., i in. (2012). *Nové trendy v médiích. Online a tištěná média*. Brno: Masarykova univerzita.
- Gębalska-Berekets, A. (2013). Znaczenie i rola mediów we współczesnej edukacji społeczeństwa informacyjnego. W: A. Roguska (red.), *Media w edukacji. Wymiar kulturowy i aksjologiczny* (85–105). Siedlce: Fundacja na rzecz dzieci i młodzieży „SZANSA”.
- Falkowska, J. (2021). Czasopiśmiennictwo dla dzieci i młodzieży w Polsce. Stan badań i perspektywy badawcze. *Acta Universitatis Nicolai Copernici. Pedagogika*, 2, 95–116.
- Filas, R. (2010). Dwadzieścia lat przemian polskich mediów (1989–2009) w ujęciu periodycznym. *Zeszyty Prasowe*, 3–4, 27–54.
- Halada, J., Osvaldová, B., i in. (2007). *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. Praha: Libri.
- Jiráček, J., i in. (2005). *10 let v českých médiích*. Praha: Portál.
- Jiráček, J., Köpplová, B. (2009). *Masová média*. Praha: Portál.
- Jungmann, J. (1849). *Historie literatury české, aneb Saustavný přehled spisů českých s kratkou historií národu, osvětlení a jazyka*. Praha: České museum.
- Kadlecová, K. (2007). *Dívky a girls podle českých dívčích časopisů*. Liberec: Bor.
- Končelík, J., Orság, P., Večeř, P. (2010). *Dějiny českých médií 20. století*. Praha: Portál.
- Konopnicka, I. (2006). *Czasopisma dziecięce w kształceniu wczesnoszkolnym*. Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego.
- Kumiega, J. (1997). Czasopisma dla dzieci i młodzieży w latach 1990–1996. *Guliwer*, 2, 47–50.
- Mandys, P. (2011). Totalita očima komiksu. Pobrano z: <https://www.iliteratura.cz/clanek/29143-kroupa-mikulas-jeste-jsme-ve-valce>.
- Opelík, J. (red.). (2000). *Lexikon české literatury: osobnosti, díla, instituce 3*. Praha: Academia.
- Nieć, G. (2017). Odrębny rozdział czy jedynie poboczny wątek dziejów prasy? Monografia czeskich czasopism dla dzieci Štefana Šveca. *Rocznik Historii Prasy Polskiej*, 4, 101–112.
- Nová data: Přehled čtenosti časopisů. Pobrano z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2017/08/nova-data-prehled-ctenosti-casopisu/>.
- Ociepka, B. (2002). Czeskie media po rozpadzie Czechosłowacji. W: B. Dobek-Ostrowska (red.), *Transformacja systemów medialnych w krajach Europy Środkowo-Wschodniej po 1989 roku* (87–107). Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Oniszczyk, Z. (1998). Ekspansja kapitału niemieckiego na rynku prasowym Węgier, Polski i Czech. *Zeszyty Prasoznawcze*, 1–2, 93–103.
- Osvaldová, B., Tejkalová, A. (red.). (2009). *Žurnalistika v informační společnosti: digitalizace a internetizace žurnalistiky*. Praha: Karolinum.
- Papuzińska, J. (2002). Czasopiśmiennictwo dla dzieci i młodzieży. W: B. Tylicka, G. Leszczyński (red.), *Słownik literatury dziecięcej i młodzieżowej* (72–74). Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich.
- Popiołek, M. (2013). Demokratyzacja systemów medialnych w Polsce i wybranych państwach Europy Środkowo-Wschodniej. W: M. Rączkiewicz (red.), *Meandry procesów demokracji i transformacji systemowej* (75–97). Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Provažník, J. (2016). Procházka nevábnou krajinou českých časopisů pro děti a mládež. *Tvořivá Dramatika*, 3, 17–21.
- Roguska, A. (2013). Wstęp. W: A. Roguska (red.), *Media w edukacji. Wymiar kulturowy i aksjologiczny* (11–14). Siedlce: Fundacja na rzecz dzieci i młodzieży „SZANSA”.

- Rogoż, M. (2017). Od czasopisma do wortalu. Przeobrażenia w zakresie funkcji, treści i sposobu komunikacji z młodym czytelnikiem. W: K. Tałuć (red.), *Literatura dla dzieci i młodzieży* (310–330). T.5. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Roth, J. (2005). *Mediální výchova v Čechách*. Praha: Tutor.
- Roubík, F. (1930). *Časopisectvo v Čechách v letech 1848–1862*. Praha: Duch novin.
- Studenovský, T., Bláha, J. (2000). *Slovník českých autorů knih pro chlapce (a ne jen pro ně)*. Praha: Nakladatelství Ostrov.
- Toman, V. (2005). *Můj život s ABC – ábíčkem*. Praha: Nakladatelství Ostrov.
- Szlendak, T., Pietrowicz, K. (2005). Kultura konsumpcji jako kultura wyzwolenia? Między krytyką konsumeryzmu a społeczeństwem opartym na modzie. *Kultura i Społeczeństwo*, 3, 85–108.
- Švec, Š. (2014). *Česky psané časopisy pro děti (1850–1989)*. Praha: Nakladatelství Karolinum Národní Muzeum.
- Švec, Š. (2010). Čtení pro nečtenáře. *Dobrá adresa*, 9, 36–47.
- Waschková-Císařov, L. (2013). *Český lokální a regionální tisk mezi lety 1989 a 2009*. Brno: Masarykova univerzita.
- Wieczerek, A. (2007). Czytelnik kilkuletni. *Press*, 7, 58–63.