

**Komerčně nejzajímavější kategorií mezi periodiky jsou jistě life-stylové časopisy. Zaměřují se totiž na společenská, co možná nejlépe prodejná témata. To můžeme směle říci i o magazínech určených pro dospívající. Jejich výsostným prototypem je v českém prostředí dodnes *Bravo*, které u nás vychází od 90. let 20. století. V tomto žánru však zdaleka nebylo první. Mělo svoje socialistické předchůdce, v jejichž středobodu ovšem nestál teenager, nýbrž pionýr: reprezentant dospívajícího mládežníka 70. a 80. let.**

### **Od školních sešitků k úspěšnému life-stylu socialistické mládeže**

Okruh časopisů pro mládež se v českých zemích vyvíjel už od první poloviny 19. století a za dobu své existence si prošel hned několika fázemi. Podle Štefana Švece, který se zabýval historií nejstarších dětských časopisů, první z těchto magazínů sloužily k výchovným účelům a k dětem se dostávaly prostřednictvím učitelů. Až postupně se začaly vyvíjet směrem k větší komercializaci, s níž ruku v ruce začaly vytvářet specifický, věkově podmíněný dětský svět. Díky fantaskním příběhům, jaké představovaly například Foglarovy *Rychlé šípy* (od 1938) či *Chata v jezerní kotlině* (1939), v nich mládež ve věku zhruba deset až patnáct let dostávala nástroj k únikům z poněkud depresivní reality (hospodářská krize, protektorát). Specifik doznávala periodika i v období reálného socialismu, chceme-li normalizace, kdy se dotvořila škála jak tematicky, tak věkově vymezených titulů, jimiž bylo postupně poznamenáno několik generací dětí. Vše začalo *Mateřídouškou* a *Sluníčkem*, které byly určeny pro mladší školáky, a přes *Ohníček* se přecházelo k mládežnickým titulům jako *ABC mladých techniků a přírodovědců* nebo *Pionýrská stezka*. Pro tento věkový stupeň pak vycházely i dva časopisy, které bychom mohli v dnešním slova smyslu definovat právě jako life-stylové – týdeník *Sedmička pionýrů* a měsíčník *Pionýr*, které čtenářům vyšších ročníků základní školy přibližovaly společnost a kulturu v rozmanitějších souvislostech. Když si představíme, že se v druhé polovině 80. let týden co týden prodalo sto třicet tisíc nových *Sedmiček* a každý měsíc až sto tisíc výtisků *Pionýra*, musíme uznat, že jejich pojetí bylo mezi tehdejší mládeží přijímáno s velkým povděkem.

Za úspěchem obou časopisů stojí jistě omezenost socialistického trhu, ve kterém nejenom že nehrozila konkurence, ale jenž často ani nedokázal pokrýt samotnou poptávku. Situace se zkomplikovala poté, co se v Československu v reakci na vyhlášení programu přestavby společnosti začalo psát otevřeněji a kdy si i v časopiseckém odvětví společnost navykla na podpultové, nedostatkové zboží, mezi něž vedle obou zmíněných periodik patřil například *Mladý svět*, *Květy* nebo sportovní týdeník *Stadion*. *Sedmičku* i *Pionýra* tak bylo možné sehnat pod rukou nebo třeba mimo prodejní místa, a to za cenu vyšší než byla jejich prodejní hodnota. Přestože byly oba pod cenzurním dohledem, dokázaly uspokojovat touhy a potřeby velké části dospívajících. Platí tak pro ně jedna ze základních tezí teorie populární kultury, která o úspěšném produktu hovoří tehdy, když je schopen zalíbit se širokým vrstvám, které jej po svém přijímají a využívají.

### **Pionýr jako režimní vzor a jeho ideologické limity**

Časopisy vykreslovaly žádaný obraz tehdejšího mládežníka, jenž se zrcadlil v pionýrské organizaci. Pionýr měl komunistické straně usnadňovat působení na mládež a byl tak propagovaným ideálem, který ztělesňoval fázi dospívání správného socialistického člověka.

V obou časopisech se tento fakt odrážel nejen v jejich názvech, ale zároveň i v množství rubrik, které se této organizaci věnovaly. V jednom vycházela Pionýrská zpravodajská agentura, ve druhém Pionýrská klubovna a i aktéry většiny reportáží byli pionýři, kteří se v kolektivech účastnili většiny časopisy pořádaných her a soutěží. Člen pionýrské organizace se stal synonymem mládežníka a obecně zakládal dětskou každodennost. Tehdejší literatura nabízela pionýra jako vzor například pro ranní hygienu, správné chování ve škole a zájmových kroužcích nebo vykreslovala trávení prázdnin. Nicméně v době pozdního socialismu, kdy státní ideologie a s ní spojená víra v socialistickou budoucnost korodovala, byl jako každý jiný konstruovaný produkt mnohovrstevnatě přijímán a využíván.

O tom svědčí právě rubrika Pionýrská klubovna. Podle říjnového čísla *Pionýra* z roku 1988 má člen organizace vědět o švýcarských hodinkách s vodotryskem stejně jako o nejhezčí vesnici Československa nebo faktu, že byl pro německého zpěváka Uda Jürgense dopraven helikoptérou klavír do výšky 3 457 metrů. Vedle toho všeho si čtenář mohl vylustit i křížovku o ceny. Velké množství mládežnických aktivit je sice zastřešeno pojmem pionýr, nicméně už si pod ním bylo možné představit ledacos. Jestliže se v časopisech nacházelo mnoho dalších jak zábavných, tak edukativních rubrik, které by každá vydaly na zvláštní reportáž, obecně již tak důležité nebylo, zda se píše o zvířatech, zpěvácích či geografii, šlo o to, že vše měl konzumovat pionýr jako reprezentant socialistického dospívání. Ovšem nešlo pouze o něj, časopis se zároveň snažil, aby jako správného mládežníka pionýra přijímala i širší veřejnost.

Ve smyslu reprezentace dětství tak logicky musel nastat společně s transformací veřejných symbolů a gest po roce 1989 velký zlom i v oblasti úspěšných mládežnických periodik. Nejenom že oba časopisy poměrně hbitě slovo pionýr a podporu organizace opustily, nýbrž se začaly se svojí dlouholetou praxí vyrovnávat po svém. První polistopadová čísla nástupnických časopisů (nyní již pouze *Sedmičky* a *Filipa* oproti *Pionýra*) přinášejí zamyšlení nad dalším smyslem poskvrněné organizace, zároveň v nich najdeme vůči dřívějšímu opoziční, pionýry dehonestující reportáže ve stylu (v porevolučních letech hojně užívaného) odkazování na „staré (komunistické) struktury“. Například článek ze *Sedmičky* z června 1990 hodnotí boj nastupující dětské organizace Junák o své místo v západočeské obci Nezvěstice, kde je bráněno v činnosti jejích skupin ze stran nepřejícné školy i místní organizace Pionýra. Nikdo nepochyboval, že se časopisy musí nevhodného pojmu i instituce zbavit. Problém však byl, čím nahradit obsah, který se s touto skupinou reprezentující dětství pojil. Od prvních porevolučních měsíců bylo jasné, že se Junáci či skauti podobně masově jako pionýři neprosadí, a tudíž časopisy budou nuceny hledat nové skupiny anebo zcela změnit svůj přístup.

### **Od socialistického pionýra ke globálnímu teenagerovi**

Svět produktů určených přímo pro dospívající popsal ve svých dílech britský diskurzivní analytik Chris Barker. Pojem teenager podle něj nabyl v 50. letech 20. století v bohatnoucí americké společnosti svůj ekonomický význam. Tehdejší dospívající generace se totiž stala pro trh zajímavým segmentem, neboť díky finanční nezávislosti, kterou jim střední americká třída jejich rodičů mohla dopřát, získala takovou tržní sílu, že mohly vznikat produkty určené přímo pro ně. Zjednodušeně řečeno, západní dětství tehdy dostalo svůj pojem spojený se

svobodným trhem, který se rychle a úspěšně rozvíjel. Zatímco na Východě fungoval sovětský komsomolec a jeho národní podoby jako pionýr, na Západě žité dětství reprezentoval teenager i s jeho volnočasovými produkty. Jestliže se po revoluci chtěli Češi pionýra zbavit, logicky se otevřel prostor pro teenagera i v transformujícím se státě, přičemž časopisy nabízející životní styl pro mladé mohly být jeho vhodným šřítelem.

V českém prostoru se této role chopil časopis s názvem *Filip pro -náctileté*. Ten vznikl po odchodu části redakce z následníka časopisu *Pionýr*, již výše zmíněného *Filipa*, k soukromému vydavateli. Tam redakce založila konkurenční časopis. *Filip pro -náctileté* nabídl v rubrikách obrazy českého i světového showbyznysu, kterými se snažil nahradit zábavu dříve podávanou různými pionýrskými kroužky. Ovšem ze snah organizovat dětství po vzoru *Pionýra* či *Sedmičky* zcela neslevil. Teenager, v dnešním *Bravu* chápán jako chlapec či dívka mezi 10–16 lety, v něm jako -náctiletý byl pojat širěji, když se v rubrikách o undergroundových kapelách, umění či literatuře zaměřil i na mládež až k věku 18–19 let. V časopise se tak rodily hudební hvězdy (z jeho soutěží vzešel například ještě dnes v muzikálech figurující Bohouš Josef z *Burmy Jones* či Jarda Filgas, pozdější frontman moravské zábavní *Argemy*), mladí se učili prostřednictvím fiktivních firem podnikat a zároveň skrze začínajícího výtvarníka a komponistu Vladimíra Franze poznávali uměleckou avantgardu. Ještě dnes od pamětníků občas zaslechneme, že *Filip pro -náctileté* byl více než jen mládežnickým *Bravem*.

V konkurenci „bravička“, které se v české verzi prvně prodávalo v říjnu 1991 a cílilo na podobný segment trhu, však *Filip* se svým širokým zaměřením dlouho nevydržel. Větším počtem plakátů, fotek i jednoduchých a globálním úspěchem prověřených textů, společně s rubrikou plnou intimních zpovědí a snímků nahých teenagerů v *Bravu* obsažených, byl časopis všech náctiletých doslova převálcován a jeho svět se s posledním číslem v září 1994, v němž redakce proklíná několik odstoupivších sponzorů, zhroutil. Barkerův ekonomicky konstruovaný teenager globálního světa se tak prosadil i v české kotlině a drží se v ní doposud s tím, že je obecně chápán spíše ve spojení pubertálních let věku mezi 10–15 (16) lety. Svoji stopu však *Filip* se svým adjektivem nejspíš zanechal – anglikanismus teen je doposud často nahrazován pojmem náctiletý, který byl do roku 1991 v českém prostoru fakticky neznámý. Tedy i v dnešních časopisech pro dospívající, které kopírují západní styl psaní a jimiž jsou vedle *Brava* třeba *Popcorn*, *Dívka* či *Bravo-girl* najdeme něco originálně českého, co dává na transformační dobu přechodu od pionýra k teenagerovi vzpomenout.