

Seznam příloh

Příloha č. 1: Mailová komunikace s šéfredaktorem časopisu Full Moon Michalem Pařízkem

Příloha č. 2: Mailová komunikace s redakcí časopisu Harmonie

Příloha č. 3: Přepis části telefonního hovoru s Janou Janulíkovou z časopisu Opus musicum

Příloha č. 1:

1. Historie

Můžete stručně popsat vznik a historii Vašeho časopisu?

Full Moon vznikl v roce 2010 za účelem vyplnit mezeru v rámci hudebních periodických magazínů, poté co skončil Filter a Report. Dalším důvodem byla také snaha psát o části hudební scény, která byla, až na drobné výjimky, v rámci hudební novinářiny v ČR opomíjena.

Více zde: <http://www.fullmoonzine.cz/stranka/ofullmoonu>

2. Redakce

Kolik členů má v současné době redakce? Jaké klíčové osobnosti prošly redakcí?

V současné době má Full Moon 6 zaměstnanců a přibližně 100 externích přispěvatelů, ze kterých cca polovina přispívá pravidelně. Toto číslo odpovídá nejen přispěvatelům do tištěného vydání, ale také na webové stránky fullmoonzine.cz.

Ohledně osobností – tohle je složité, během let přispívali do FM známí publicisté jako Karel Veselý, Tomáš Turek, Miloš Hroch, Jiří Špičák, Petr Ferenc nebo Pavel Klusák, někteří z nich přispívají stále, jiní už pracují pro jiná média, celkem velkou skupinu tvoří také lidé, kteří u nás s prvními texty začínali a dnes pracují v jiných médiích (např. již řečený Miloš Hroch nebo Jakub Šponer).

Z mého pozorování vyplývá, že se redaktori Full Moonu nedrží jednotného stylu psaní a často přistupují k určitým publicistickým žánrům odlišným způsobem (viz texty Karla Veselého, Akany a Jakuba Peřiny v sekci Komentovaná diskografie Vampire Weekend v čísle 12/2018). Je tato různorodost něčím, na čem Full Moon staví?

Různorodost určitě, ale nemyslím, že je to tak výrazně výjimečné. Obecně do textů zasahujeme pouze stylisticky a gramaticky, obsahově nebo významově nikoli. Každý redaktor píše trochu jinak.

3. Zaměření

Jakým žánrům se časopis věnuje?

Obecně na žánry příliš nehledíme. Pokud něco okruh Full Moonu vyloženě míjí, tak jsou to vrchní patra české pop music, ale nikterak ultimativně. Tohle je poměrně těžké vyjádřit, většina jmen, kterými se Full Moon zabývá, jsou v zahraniční vnímány jako pop music a

některá z nich jsou velice úspěšná (např. Kendrick Lamar, Donald Glover, St. Vincent apodob.), u nás se o nich hovoří jako o alternativě.

V posledních letech se ovšem mimo hudby více věnujeme také filmu nebo výtvarnému - umění.

Jak byste definoval cílovou skupinu časopisu?

Obecně, i podle různých průzkumů, jsou to spíše vzdělanější lidé mezi 25 – 34 lety, převážně z větších měst a mezi nimi lehce převažují muži nad ženami (54% vs. 46%). Druhá největší skupina jsou lidé mezi 18 a 24 lety.

Čtenáře FM obecně definujeme jako někoho, kdo má zájem o kulturu a nebojí se číst delší a třeba i složitější texty.

4. Vlastnictví, inzerce, náklad

Kdo je vlastníkem časopisu? Vlastnil v minulosti časopis někdo jiný?

Vydavatelem časopisu je společnost Smile Music, s.r.o., toho je běžně dohledatelný údaj.

Kolik procent obsahu časopisu tvoří reklamy?

Přibližně 15–17% obsahu časopisu, počítaje v to i reklamy na magazín samotný, jeho webové stránky, produkty nebo eventy.

Kolik procent zisku tvoří reklama a kolik prodeje časopisu?

Máte na mysli zisk nebo rozpočet? To jsou dvě zcela odlišné věci. Pokud mluvíme o rozpočtu, tak každá z těchto položek tvoří přibližně třetinu.

Jaký je náklad a čtenost vašeho časopisu? Jak se v průběhu historie měnily?

Náklad je 5000 ks, čtenost nezjišťujeme, protože pro nás jako samovydatele je tato služba příliš nákladná. Náklad se příliš nezměnil.

Kde všude si může čtenář Váš časopis koupit?

V běžné prodejní síti, distributorem je společnost Mediaprint Kapa, dále pak v prodejní síti Kosmas a v dalších přibližně 20 místech vlastní distribuční síť – galerie, kluby etc. Určitá část nákladu je v prodeji také na Slovensku.

5. Online

Kdy byly založeny vaše internetové stránky? Jak se jejich obsah liší od obsahu časopisu?

Internetové stránky fullmoonzine.cz byly spuštěny v roce 2011, obecně platí, že jsou obsahově zcela soběstačné, občas na nich uveřejníme nějaký text z časopisu, který vyšel ve starších číslech, ve zcela výjimečných případech zveřejňujeme například několik málo otázek z rozhovoru, který je v aktuálním vydání.

6. Vizual

Měnil se v průběhu historie počet stran časopisu, rozměr a kvalita papíru a obálky?

V průběhu téměř devíti let fungování došlo ke třem změnám formátu, což bylo vždy doprovázeno také změnou papíru. Od začátku roku 2014 vychází Full Moon ve stejné podobě, pouze se občas mění počet stran.

Obsahuje časopis přílohy či dárky?

Přikládáme dárky pouze pro předplatitele.

Můžete stručně popsat vizuální styl časopisu a jeho vývoj?

Pardon, ale tohle asi není otázka pro mě. Mohu k tomu říct pouze, že za Full Moonem stojí od samého začátku studio Carton Clan.

Příloha č. 2:

Dobrý den,

tady jsou nějaké údaje:

MUZIKUS- naši čtenáři jsou ve velké většině praktikující amatérští nebo poloprofesionální muzikanti, věk cca mezi 18 - 50 lety

celý tištěný náklad: 7 950ks

ČR prodej: 3 750ks

ČR předplatitelé: 2070 (z toho pražských adres je 800)

SR prodej, předplatitelé celkem 2130ks - z toho 65% předplatitelé

čtenost cca 16 500

čtenost včetně elektronické verze Muzikusu a zdarma rozdaných výtisků cca 19 900

remitenda: 20%

HARMONIE - čtenáři Harmonie jsou hudební profesionálové, pedagogové či hudebně více poučení laici, věk cca 30-60 let

celý tištěný náklad: 3 900ks

ČR prodej: 1 500ks

ČR předplatitelé: 2150 (z toho pražských adres je 800)

SR prodej, předplatitelé celkem 250ks

čtenost cca 9 000

čtenost včetně elektronické verze Harmonie a zdarma rozdaných výtisků cca 11 200

remitenda: 20%

zdravím

--

Michaela Hoppeová

marketing manager
inzerce na Muzikus.cz, v časopisech Muzikus a Harmonie Nakladatelství
Muzikus 266311701, 266311703 misa@muzikus.cz, +420 602 952 506
<http://www.muzikus.cz>

Příloha č. 3:

Tomáš Klézl: Chtěl bych se zeptat, v jakém nákladu váš časopis vychází?

Jana Janulíková: Tři tisíce kusů ročně. To znamená pět set ke každému číslu.

TK: Je časopis běžně dostupný v prodejních sítích, nebo pouze přes předplatné?

JJ: Dá se koupit na webu online formou. Dále se dá koupit v síti knihkupectví Kosmas, to je náš největší prodej-ní partner.

TK: Můžete nějak krátce definovat cílovou skupinu časopisu?

JJ: Cílová skupina je zaprvé odborná veřejnost, to znamená muzikologická veřejnost. A potom jsou to příznivci hudby s hlubším zájmem.