

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Linda Truhlářová

Historie a vývoj Playboy Enterprises, Inc.

Bakalářská práce

Praha 2010

Autor práce: **Linda Truhlářová**

Vedoucí práce: **Doc. PhDr. Barbara Köpplová, CSc.**


Oponent práce:

Datum obhajoby: **2010**

Hodnocení:

SCHVALENO

110

Institut komunikačních studií a žurnalistiky UK FSV Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce	
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT:	
Příjmení a jméno diplomanta: Truhlářová, Linda	Razítko podatelny: 
Imatrikulační ročník diplomanta: 2006	
E-mail diplomanta: linda.truhlarova@seznam.cz	
Studijní program/studijní obor: Mediální studia	
Předpokládaný název práce v češtině: Historie a vývoj Playboy Enterprises, Inc.	
Předpokládaný název práce v angličtině: History and Development of Playboy Enterprises, Inc.	
Předpokládaný termín dokončení (semestr, školní rok – vzor: ZS 2012): (diplomovou práci je možné odevzdat <u>nejdříve po dvou semestrech</u> od schválení tezí, tedy teze schválené v LS 2010/2011 umožňují obhajovat práci nejdříve v LS 2011/2012) LS 2008/2009	
Jedná se o téma (zakřížkujte platnou odpověď): navrhované studentem <input checked="" type="checkbox"/> z nabídky IKSŽ <input type="checkbox"/> Příjmení a jméno pedagoga, který téma vypsal:	
Pedagog, s nímž byly teze konzultovány (příjmení, jméno, pracoviště – vzor: Bednářová, Petra, KŽ IKSŽ UK FSV): Köpplová, Barbara, KMS IKSŽ UK FSV	
Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků): Práce se bude zabývat historií časopisu Playboy v USA, osobností šéfredaktora Hugh Hefnera, proměnami jeho postavení na mediálním trhu v USA i v zahraničí, včetně České republiky. Rozebere všechny aktivity společnosti Playboy Enterprises, Inc. Cílem práce je podat informace o historii, vývoji a současném stavu vydavatelské společnosti Playboy Enterprises, Inc.	
Zdůvodnění výběru tématu práce, včetně stručného popisu řešení nejvýznamnějších otázek vztahujících se k tématu v odborné literatuře oboru (rozsah max. 1000 znaků): Neustálý vývoj časopisů pro muže a koncentrace vlastnictví médií jsou stále aktuální témata. V nepřehledném množství podobných titulů je časopis Playboy dlouhá léta populární. V 50. a 60. letech 20. století usiloval o to, aby ve své kategorii vytvářel kultivovaný obsah, nebyl vulgární a orientoval se na intelektuálního čtenáře.	
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): 1. Úvod, téma, zdůvodnění výběru. 2. Společenská, kulturní a politická situace v USA první polovině 50. let 20. století, postavení médií v USA v této době 3. Rozvoj časopisů pro muže 4. Vznik časopisu Playboy v USA 5. Vedení vydavatelství a redakce časopisu Playboy 6. Vznik zahraničních redakcí časopisu Playboy 7. Působení časopisu Playboy na českém trhu 8. Současné postavení společnosti Playboy Enterprises, Inc.	
Vymezení zpracovávaného materiálu (např. konkrétní titul periodika a období, za které bude analyzován) a postup (technika) při jeho zpracování: Historická analýza časopisu Playboy USA (příklady z let 1953 - 2008), Playboy ČR (příklady z	

<p>let 1991 - 2008), příklady mezinárodních edicí časopisu Playboy</p> <p>Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a způsobu jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):</p> <p>HANSON, Dian, The History of Men's Magazines, Vol. 1 - 6; Vývoj časopisů pro muže od r. 1900 do r. 1980, období po 2. světové válce v USA - růst produkce časopisů pro muže, rozšíření v Evropě později, uvolnění cenzury, sexuální revoluce.</p> <p>BENWELL, Bethan, Masculinity and Men's Lifestyle Magazines; Kniha prozkoumává vzkvétající žánr lifestylových časopisů pro muže, jejich produkci, obbyt a související interpretaci maskulinity. Obsahuje mimo jiné srovnání různých mužských lifestylových časopisů z různých zemí nebo rozhovory s redaktory.</p> <p>PEMBER, Don R., Mass Media in America; Kniha poskytuje statistiky a vědecké výzkumy v oblasti koncentrace mediálního vlastnictví, roste míra ekonomické koncentrace, vydavatelství vlastní mimo novin a časopisů i televize, nahrávací studia, tiskárny atd.</p> <p>BAGDIKIAN, Ben H., Media Monopoly; Řízení moderních médií, trend slučování mediálního vlastnictví, jak pracuje trh masových médií</p> <p>PETERSEN, James R., Století sexu: dějiny sexuální revoluce časopisu Playboy; Pohled na dvacáté století v Americe z hlediska proměny sexuálního chování, vztahů, ekonomiky a chování společnosti obecně.</p> <p>INTERNATIONAL CENTER FOR JOURNALIST, A Brief Profile of American Press; Americký tisk stručně a v číslech</p> <p>TURNER, Alice K., Playboy Stories: Nejlepší povídky za 40 let trvání časopisu Playboy; Povídky, které se objevily v časopisu Playboy od známých autorů, např. R. Dahl, G. G. Márquez, J. Irving, J. Keruack.</p> <p>ŘEHOŘ, Jan, Nej...: Povídky z Playboye 1, 2; Povídky, které se objevily v českém vydání od předních českých autorů, např. O. Neff, A. Lustig, P. Kohout, L. Vaculík, M. Viewegh.</p> <p>Diplomové práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)</p> <p>COUFAL, Radek, Obraz ženy v časopisech Esquire a Quo, FSV, IKSŽ, KMS, 2003</p> <p>DALEŠICKÁ, Tereza, Hodnoty a hodnotové orientace na příkladech časopisů Esquire a Cosmopolitan, FSV, IKSŽ, KMS, 2003</p> <p>HRABĚ, Jiří, Fenomén sexu v časopisech Elle a Maxim, FSV, IKSŽ, KŽ, 2006</p> <p>HRABĚ, Jiří, Kdo je muž v časopisech Men's Health a Esquire, FSV, IKSŽ, KŽ, 2004</p> <p>ŘEHÁČKOVÁ, Dana, Konstrukce maskulinit v časopisech pro muže, FSV, IKSŽ, 2003</p>
<p>Datum / Podpis studenta</p> <p>10.6.2008</p> <p><i>Jan Rehoř</i></p>

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT **VYTIŠTĚNÉ** (včetně části, kterou vyplňuje institut!), **PODEPSANÉ** A VE **DVOU** VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNÝ UK FSV. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI **VYZVEDNOUT** V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A **NECHAT VEVÁZAT** DO DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TUTO ČÁST VYPLŇUJE INSTITUT:			
Vyjádření IKSŽ: Vedení IKSŽ teze projednalo na svém zasedání dne s tímto výsledkem:		Schváleno <input type="checkbox"/>	
		Neschváleno <input type="checkbox"/>	
Důvody případného neschválení práce		Téma je již zpracované <input type="checkbox"/>	
		Špatně formulované téma a cíl <input type="checkbox"/>	
		Špatně zvolená metoda práce <input type="checkbox"/>	
		Nedostatečná rešerše literatury <input type="checkbox"/>	
		Nevhodně zvolené prameny <input type="checkbox"/>	
		Nedostačující úroveň tezí <input type="checkbox"/>	
		Jiné	
		
		
Navržený vedoucí práce	Souhlas vedoucího práce navrženého vedením institutu	Příjmení a jméno	Datum /Podpis
	
Návrhy na konzultanty (v případě, že takové návrhy z jednání vedení IKSŽ vyloučí)		Příjmení a jméno	Příjmení a jméno
	
Schválené teze převzal/a student/ka		Příjmení a jméno	Datum /Podpis
	
Návrhy na oponenta: Vedení IKSŽ na svém zasedání dne navrhlo, aby předloženou práci oponoval/a:		Příjmení a jméno	
		

Bibliografický záznam

Truhlářová, Linda. *Historie a vývoj Playboy Enterprises, Inc.* Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra mediálních studií, 2010. 62 s. Vedoucí diplomové práce Doc. PhDr. Barbara Köpplová, CSc.

Anotace

Diplomová práce „Historie a vývoj Playboy Enterprises, Inc.“ pojednává o vzniku vydavatelství Playboy Enterprises, Inc. Mapuje vznik časopisů pro muže od počátků, vznik časopisu Playboy a přibližuje osobnost jeho šéfredaktora Hugh Hefnera. Práce věnuje pozornost vývoji časopisu Playboy po desetiletích a zaznamenává všechna důležitá data a projekty vydavatelství. Zaměřuje se také na další podnikání společnosti Playboy Enterprises, Inc., která ovládá další média – televizi, film, internet, rádio i mobilní síť a produkuje licenční zboží jako oblečení, šperky nebo spotřební zboží s charakteristickým logem zajíce. Nemohu opomenout zmínit také vedení a tým americké společnosti, která stojí za časopisem a chodem celé společnosti. V bakalářské práci si všímám také vzniku časopisu Playboy ve světě a rozšíření značky Playboy. V České republice vznikla redakce Playboye v roce 1991 a prosperuje dodnes. Proto ji věnuji také několik kapitol. Na závěr shrnuji současné postavení vydavatelství Playboy Enterprises, Inc. a jak se srovnává s hospodářskou krizí posledních dvou let.

Annotation

Diploma thesis „The History and Development of Playboy Enterprises, Inc.“ deals with a rise of Playboy Enterprises, Inc. It considers creation of men's magazines since 19th century, creation of Playboy magazine and describes a personality of its editor-in-chief Hugh Hefner. Diploma thesis follows development of Playboy magazine every decade since 1950's and records every important dates and projects of publishing house. It deals also with another business of Playboy Enterprises, Inc., which controls another media – television, movie, internet, radio and mobile network and also produces licence good as textile, jewels or customer's goods with Playboy logo rabbit. I cannot miss mentioning management of American team, which stand behind magazine and power of the whole company. I mention also rise of Playboy magazine in the world and expansion of Playboy trademark. There was the first Playboy magazine in 1991 in the Czech Republic and prospers up to this date.

Therefore I pay to Czech edition a few chapters in the thesis. At the end I summarize current situation of Playboy Enterprises, Inc. and how it deals with the current economic depression.

Klíčová slova

Playboy, časopis, vydavatelství, šéfredaktor, redakce, článek, mediální trh

Keywords

Playboy, magazine, publishing house, editor-in-chief, edition, article, media

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Vlastní text práce bez anotací a příloh má celkem 70 110 znaků s mezerami, tj. 39 normostran.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely výzkumu a studia.

V Praze dne 8. ledna 2010

Linda Truhlářová

Historie a vývoj Playboy Enterprises, Inc.

1	Úvod.....	13
2	Společenská, kulturní a politická situace v USA v 1. polovině 50. let 20. století, postavení médií v této době.....	13
2.1	Společenská situace.....	13
2.2	Kulturní situace	15
2.3	Politická situace	17
3	Rozvoj časopisů pro muže.....	18
3.1	Časopisecký trh pro muže v první polovině 20. století.....	18
3.1.1	USA	18
3.1.2	Francie	19
3.1.3	Německo	20
3.1.4	Nahota v časopisech pro muže	21
4	Vznik časopisu Playboy	23
4.1	Popis obsahu listu.....	23
4.2	Cílová skupina.....	23
4.3	Hugh Hefner.....	24
4.4	1953 – 1960.....	25
4.5	Zlatá šedesátá léta	26
4.6	Krise sedmdesátých let	28
4.7	Osmdesátá léta	29
4.8	Devadesátá léta.....	31
5	Vedení vydavatelství a redakce časopisu Playboy	31
5.1	Představenstvo	31
5.2	Corporate Officers.....	32
5.3	Redakce	32
5.4	Media Group	33
5.5	Licensing Group.....	33
5.6	Playboy Foundation	33
6	Podnikání vydavatelství Playboy Enterprises, Inc.	33
6.1	Pohled na společnost Playboy Enterprises, Inc.	33
6.2	Publishing.....	34
6.3	Entertainment	34
6.3.1	Playboy TV	34
6.3.2	Playboy Online	35
6.3.3	Playboy Radio.....	35
6.3.4	Playboy Mobile.....	36
6.4	Licensing	36
6.5	Playboy foundation – nadace	36
7	Působení časopisu Playboy na českém trhu	37
7.1	Vstup časopisu Playboy na český trh	37
7.2	Přehled šéfredaktorů českého vydání časopisu Playboy.....	39
7.3	Současné postavení časopisu Playboy v České republice.....	39
8	Současné postavení společnosti Playboy Enterprises, Inc.	41
8.1	PLAYBOY ENTERPRISES, INC. - REPORTS FOURTH – QUARTER AND FULL-YEAR RESULTS.....	42
8.1.1	Entertainment.....	43

8.1.2	Publishing	44
8.1.3	Licensing.....	44
8.1.4	Corporate Administration and Other	45
9	Závěr.....	46
10	Použitá literatura	47

1 Úvod

Téma své bakalářské práce Historie a vývoj Playboy Enterprises, Inc. jsem si vybrala na základě svého zájmu o lifestyle časopisy. V současné době také pracuji ve vydavatelství Playpress, s. r. o., které je v nyní vydavatelem časopisu Playboy v České republice. Do redakce Playboy jsem nastoupila jako asistentka již v roce 2007, kdy byla ještě pod vydavatelstvím Axel Springer Praha, a. s. Nyní se v pozici office managerky a fotoeditorky věnuji veškeré administrativě, komunikaci s americkou redakcí a výběru fotografií ke článkům. Tento fakt by ovšem k výběru tématu mé bakalářské práce zcela jistě nestačil. Významným faktorem je i velmi zajímavá historie tohoto vydavatelství, které bylo vybudováno téměř z ničeho, prošlo mnoha úspěšnými i krachujícími obdobími a zažilo vzestupy i pády.

Práce sleduje a popisuje vznik časopisů pro muže obecně a vývoj společnosti Playboy Enterprises, Inc. od dob svého vzniku. Hlavním tématem je především časopis Playboy a vývoj a proměny vydavatelství, které se stalo velmi prosperujícím nejen díky vydávání magazínu, ale i díky dalším podnikatelským aktivitám na mediálním trhu. Důraz je rovněž kladen na osobnost šéfredaktora a zakladatele Hugh Hefnera, vznik zahraničních redakcí a současný stav společnosti Playboy Enterprises, Inc. a české verze časopisu Playboy. V této práci si kladu za cíl podat a shrnout informace o vydavatelství Playboy Enterprises, Inc. od jeho počátků až do dnešní doby, kdy z důvodu celosvětové ekonomické krize upadá jeho význam a je na prodej.

2 Společenská, kulturní a politická situace v USA v 1. polovině 50. let 20. století, postavení médií v této době.

2.1 Společenská situace

Hlavním rysem Ameriky po druhé světové válce byla ohromná prosperita. Po nečekaně krátkém období poválečné recese se začalo hospodářství mimořádně rychle rozvíjet. Hrubý národní produkt se mezi lety 1945 a 1960 téměř zdvojnásobil a šedesátá léta znamenala ještě výraznější rozkvět ekonomiky. Rozdíl mezi životní úrovní Spojených států a ostatního světa byl v roce 1970 propastný. Amerika se svými šesti procenty obyvatel zeměkoule vyráběla a zároveň spotřebovávala dvě třetiny světové produkce. Tento nadbytek vedl k nezřízenému optimismu. Vládní představitelé padesátých let ujišťovali, že není třeba se obávat dalších

ekonomických kolapsů. Hlavní ekonomové byli přesvědčeni, že hospodářství se zabudovanými ochrannými mechanismy nového údělu by už nemělo dopustit dramatické poklesy. Dvě desetiletí po roce 1945 žilo sociální myšlení v představě nekonečného růstu bohatství. Tento hospodářský růst spoluvytvářelo několik faktorů. Překonání hospodářské deprese bylo důsledkem federálních výdajů na vojenské účely za druhé světové války a tento trend díky studené válce a dalšímu zvyšování vojenských výdajů během korejského konfliktu pokračoval. Vědecké výzkumy spojené válečným průmyslem napomáhaly rozvoji nových atraktivních průmyslových odvětví poválečné éry, jako byl průmysl chemický, elektrotechnický a letecký. Většina bývalých průmyslových velmocí, tedy Anglie, Francie, Německo, Japonsko a Rusko, byla válkou zdevastována, takže američtí výrobci získali na mezinárodních trzích monopolní postavení. Hlavním motorem popohánějícím hospodářský rozvoj byla dlouhodobě neuspokojená poptávka po spotřebním zboží. Američané během války odkládali výdaje za hlavní ekonomické statky, jako jsou automobily a domy, a tím ušetřili přes 150 miliard dolarů. Nyní se vrhli na nákupy. Podobně odkládala řada mladých lidí založení rodiny a nyní doháněla ztracený čas. Proto Spojené státy po druhé světové válce zažily jak populační explozi, tak nákupní horečku.¹ Nárůst počtu obyvatel znamenal velkou poptávku po kojeneckém zboží, stravě, hračkách, lécích, ale i knihách a bydlení. Rozšiřují se nové předměstské čtvrtě, velmi podobné jedna druhé, které poukazovaly na stejnorodost společnosti. Nová společenství lidí, kteří se dosud neznali, pociťovala potřebu sounáležitosti a sdružování. Populace se stěhuje z měst na venkov. Americké továrny se přizpůsobily nové poptávce. V roce 1950 bylo podprůměrně zařízených 37% bytů. Do roku 1970 to bylo již jen 9%. V nových domech jsou k vidění nejnovější spotřebiče – chladničky, pračky, šicí stroje nebo mixéry. Nejoblíbenější se však staly televizory. Nová televizní kultura má převratný vliv na životní styl. Čas dříve strávený četbou, návštěvami, kinem nebo hrou lidé nyní trávili sledováním televize.² V roce 1950 vlastnilo TV přijímač 3,1 mil. domácností a v roce 1955 se počet rodin s televizorem zdesetinásobil. Televize přináší portrét typické americké rodiny, která žije s dětmi, schází se u televize, jež ovlivnila jejich životy, politiku a kulturu. Lidé se ztotožňují se seriály *Father Knows Best*, *The Adventures of Ozzie and Harriet*, *Leave It To Beaver*, *Life with Father* nebo *I Love Lucy*.³ Americká dělnická třída se nikdy neměla tak dobře, ale byla potřeba veřejnost vést k tomu, aby zvyšovala spotřebu i očekávání. Odborníci

¹ TINDALL, George Brown. *Dějiny Spojených států amerických*. Praha: Lidové noviny, 2000. s. 650-652

² TINDALL, George Brown. *Dějiny Spojených států amerických*. Praha: Lidové noviny, 2000. s. 650-652

³ PETERSEN, James R. *Století sexu: Dějiny sexuální revoluce časopisu Playboy*. Vyd. 1. Praha: BB Art, 2003, s. 200

si byli vědomi, že lidé mají víc peněz než kdykoliv předtím. Reálná mzda průměrného Američana byla v roce 1955 dvakrát vyšší než před vypuknutím krize na konci 20. let. Ty, kteří zažili krizi, bylo nutné převychovat, aby přestali šetřit a podpořili spotřební kulturu. Odborníci na reklamu tvrdili, že základním úkolem kapitalistické ekonomie je ukázat spotřebiteli, že hédonistický styl života je morální, ne amorální. Reklama se stala důležitou součástí spotřební kultury. Výdaje na ni se v 50. letech zvýšily o 1000% a díky ní lidé chtěli stále lepší a stále novější zboží. Zaplatit za ně přestal být problém. Začal se totiž využívat systém úvěrových karet. Rodiny v jiných průmyslově vyspělých zemích dokázaly průměrně ušetřit 10 – 20% svého platu, kdežto americké rodiny pouhých 5% a stále více lidí dluží. Tato spotřební revoluce měla dalekosáhlý dopad na kulturu.⁴

2.2 *Kulturní situace*

Kultura, stejně jako jiná odvětví, po válce vzkvétala. Američané poslouchají reprodukovanou hudbu, chodí do kina, sledují televizi a baví se. Témata knih se odrážejí v reálném světě. Nejlepší romány a hry poválečné Ameriky ukazovaly jedince s vyprahlým nitrem toužící po lásce a sounáležitosti. Nejobsáhlejší a nejprovokativnější analýzou poslušné americké osobnosti byla kniha Davida Riesmana *Osamělý dav* (1950). Sociální psycholog Riesman mapoval základní proměnu převažující americké osobnosti od typu „dostředivého“ k „odstředivému“. „Dostřediví lidé,“ vysvětloval, „mají hluboce zakotvený smysl pro základní hodnoty, které získali od rodičů nebo starších osob s pevnými zásadami. Dodržují stálý řád, daný existencí stálých hodnot. Odstřediví lidé postrádali vlastní názory a měřítko. Naslouchali chvilkovým vzorům a byli typičtí pro svět obchodu. Obliba pro ně byla důležitější než osobní nezávislost.“

Další autor, ač ne sociolog jako Riesman, nýbrž dramatik a esejista Arthur Miller, zpracoval tuto problematiku. Snažil se ve svém díle *Smrt obchodního cestujícího* (1949) rozbít představu o Americe jako o ráji. *Smrt obchodního cestujícího* a celá řada dalších her od Arthura Millera, Edwarda Albeeho nebo Tennessee Williamse odráží základní téma americké literatury a umění po 2. světové válce: pocity odcizení citlivých jedinců uprostřed nesnesitelné masové kultury. Po prožitku války, holocaustu a hrozbách atomových bomb američtí spisovatelé, malíři a básníci odmítali chválit a oslavovat moderní americký způsob života. Velmi úspěšné jsou také nábožensky orientované příběhy jako *Kardinál* (1950),

⁴ TINDALL, George Brown. *Dějiny Spojených států amerických*. Praha: Lidové noviny, 2000. s. 652-653

Roucho (1953) nebo Exodus (1957).⁵ Náboženství po válce dosáhlo velkého rozmachu a Američané se začali sdružovat v církvích. Také prezident Eisenhower navracel Američany k bohu: „Uznání Nejvyššího je základním projevem amerikanismu. Bez Boha by neexistovala americká forma vlády, nebylo by amerického způsobu života.“⁶ Literární kritika však oceňovala spíše znepokojující a střízlivější romány Jamese Baldwina, Saula Bellowa, Johna Cheevera, Ralpa Ellisona, Jamese Jonese, J. D. Salinger, Williama Styrona nebo Johna Updika. Jejich knihy většinou nekončily šťastně a téměř nikdy nechválily současný život. Hlavní hrdinové byli bezmocní, nešťastní a neschopní najít své vlastní uspokojení.⁷ Podobně to bylo v malířství. Slavný malíř své doby Edward Hopper vyobrazoval většinou osamělé a zachmuřené anonymní jedince. Skupina mladých newyorských malířů v čele s Jasonem Pollockem tvrdila, že společnost je tolik chaotická, že nelze přesně zachytit. Pollock dal základ abstraktnímu expresionismu, k jehož stoupencům se přidávají Robert Motherwell, William De Kooning, Arshile Gorky, Adolph Gottlieb a Mark Rothko. Svobodné vyjádření svých pocitů preferovala i skupina mladých spisovatelů, básníků, malířů a hudebníků známá jako beatníci. Jack Kerouac, Allen Ginsberg, Gary Snyder, William Burroughs a Gregory Cors odmítají každodenní horory života střední vrstvy. Nepodléhají ovšem zoufalství, ale oslavují život podle svých představ, které ale u většiny pozorovatelů vzbuzují odpor. Milovali drogy, alkohol, pouliční život, neomezený sex, buddhismus a jazz, což se také stalo témat jejich děl. Přes svou enormní energii ovlivňovali beatníci obecný proud kultury a života jen málo. Stejně tak i kritici konformního způsobu myšlení a materialismu. Společnost si po letech války nechtěla připouštět politické a sociální problémy. Američané se soustředili na své rodiny, osobní cíle a finanční úspěchy. Tyto úspěchy však byly zdrojem dalších problémů. Bohatství nebylo spravedlivě rozděleno a miliony Američanů zůstávaly v bídě.⁸

⁵ TINDALL, George Brown. *Dějiny Spojených států amerických*. Praha: Lidové noviny, 2000. s. 660-661

⁶ TINDALL, George Brown. *Dějiny Spojených států amerických*. Praha: Lidové noviny, 2000. s. 657

⁷ TINDALL, George Brown. *Dějiny Spojených států amerických*. Praha: Lidové noviny, 2000. s. 661

⁸ TINDALL, George Brown. *Dějiny Spojených států amerických*. Praha: Lidové noviny, 2000. s. 663

2.3 *Politická situace*

Amerika v 50. letech zjistila, že není jediná a neporazitelná velmoc světa. Objevují se nepřátelé v podobě Sovětského svazu a jeho spojenců v rámci Varšavské smlouvy. Studená válka, která se projevovala vzájemnou nedůvěrou, podezíravostí a nedostatkem snahy o oboustranné porozumění, vyústila v letech 1950–1953 v korejskou válku.

Do roku 1952 vlekla Trumanova vláda těžké břemeno politických závazků a cílů. Její tvrdošíjný postoj v Koreji vedl ke krvavému střetu v zahraničí, zatímco doma obnovila kontrolu mezd a cen, byla příčinou nesmyslných obvinění z podvracení a nelojálnosti a vedla k odhalení zkorumpovaných nátlakových skupin a vlivných podvodníků kupujících si postavení ve Washingtonu. Po odhalení vládní korupce propustil Truman dvě stě padesát zaměstnanců Úřadu pro vnitřní příjmy. Existovaly však pochyby, zda se kdy Trumanovi podaří vyloučit všechny podvodníky z vlády. V roce 1952 nastal tzv. čas změny a republikáni si byli vědomi, že veřejnost se před volbami přiklání k nim. Návrhy republikánské strany na prezidenta se postupně zúžily na dvě osobnosti: senátora z Ohia Roberta A. Tafta a generála Dwighta Eisenhowera⁹. Oblíbený válečný hrdina Eisenhower měl přitažlivost, kterou Taft postrádal, a jeho skromné způsoby mu získaly mnoho obdivovatelů. Eisenhower podporoval zpočátku Roosevelta a obdivoval ho jako válečného vůdce. Během Trumanovy vlády se však vrátil ke svým republikánským kořenům. V lednu 1952 se přihlásil k republikánské straně a záhy získal nominaci první volbou.

Truman se vzdal své další kandidatury kvůli únavě válkou a v demokratické kampani podporoval Adlaie E. Stevensona. Eisenhower, který vedl kampaň v duchu míru v Koreji, triumfoval třiceti čtyřmi miliony hlasů proti sedmadvaceti milionům pro Stevensona¹⁰. Brzy se však ukázalo, že lidé mají raději skromného a lidského Eisenhowera než jeho stranu.

Demokraté si podrželi převahu guvernérských úřadů a pronikli i do Senátu.

Eisenhower nazýval svůj program dynamickým konzervatismem. Hlavním úkolem bylo být konzervativní v oblasti financí, liberální v oblasti lidské, a především zkrácení rozpočtu. Za jeho vlády bylo zrušeno Sdružení pro obnovu financí, ukončena kontrola cen a mezd a zmenšeny dotace zemědělských cen.

Nové americké postavení ve světě bylo nadále v centru Eisenhowerovy pozornosti a mírového jednání se severní Koreou. Hlavním problémem byl požadavek vrácení všech válečných zajatců, na němž trvala severní Korea i rudá Čína. V květnu 1953 se Eisenhower uchýlil k

⁹ Dwight David Eisenhower, známý též jako Ike, 14. října 1890 – 28. března 1969

¹⁰ Adlai Ewing Stevenson, 5. února. 1900 – 14. července. 1965

riskantnímu kroku, a to k leteckým útokům na Severní Koreu a k hrozbě použití atomové bomby. Jednání se rychle přiblížilo k uzavření příměří, které prezident vyhlásil 26. července 1953. Příměří v Koreji přispělo i k ukončení další tísnivé skutečnosti: kariéry senátora Josepha R. McCarthyho, který byl přesvědčen, že vláda je zamořena komunisty a špiony a spustil rozsáhlou kampaň za jejich vymýcení. Republikáni se domnívali, že jejich vítězství v roce 1952 omezí McCarthyho bezohlednost, ale ten byl ve svých metodách vyšetřování a obviňování čím dál neuvěřitelnější.

Ministrem zahraničí v letech 1953 – 1959 je presbyterián John Foster Dulles¹¹. Měl za sebou kariéru mezinárodního právníka a občanského diplomata. Podle slov britského velvyslance se Dulles podobal fanatikům z doby náboženských válek. Byl vyznavačem tuhé kázně a spravedlivého kalvinismu. Eisenhower o něm jednou řekl: „...existuje jen jeden člověk, který viděl větší část světa, hovořil s více lidmi a zná více než on – a to jsem já.“ Základní body zahraniční politiky republikánů z roku 1952, kterou formuloval Dulles, ukazují myšlení moralisty a taktika zároveň. Dulles se domníval, že Trumanova zahraniční politika spočívající v omezování vlivu opačného tábora je příliš defenzivní. Navzdory všem řečem o osvobození se ale nikterak neodchýlil od koncepce omezování, kterou Truman používal. Jen ji přeměnil ve stereotyp studenoválečnické rétoriky a rozvinul ve vojenskou strategii zastrašování.¹² Eisenhowerova vláda byla také svědkem počátku revoluce v rasových vztazích. Eisenhower převzal úřad s odhodláním hájit občanská práva a silně je podporovat. Během prvních tří let jeho vlády byla zrušena rasová segregace ve veřejných službách ve Washingtonu, D. C.¹³

3 Rozvoj časopisů pro muže

3.1 Časopisecký trh pro muže v první polovině 20. století

3.1.1 USA

Na přelomu 19. a 20. století se na trhu začaly objevovat časopisy mířené na mužské publikum. „První časopisy, které odhalovaly ženské poprsí, byly ve Francii už v roce 1880. Americe trvalo přes 60. let, aby akceptovala obrázky ženy „nahore bez“ a první odhalená prsa

¹¹ John Foster Dulles, 25. 2. 1888 – 24. 5. 1959

¹² TINDALL, George Brown. *Dějiny Spojených států amerických*. Praha: Lidové noviny, 2000. s. 665-672

¹³ TINDALL, George Brown. *Dějiny Spojených států amerických*. Praha: Lidové noviny, 2000. s. 676

se objevila v USA až v roce 1958. Každý krok k tomuto malému vítězství vydavatelů představoval stovky zatčení za obscénnost, roky soudů a vězení a spousty peněz.¹⁴ Na konci 19. století se zlepšila technika tisku. Průmyslová revoluce přivedla vesničany spolu s imigranty do měst. Výchozí pracovní třída, její kriminální činy a vysoká úmrtnost dětí vedla k sociálním reformám a lepšímu vzdělání pro všechny. Dokud četla pouze vyšší vrstva obyvatelstva, časopisy se tiskly v menší kvantitě, což znamenalo jejich vysokou cenu. V Americe se časopisy pro muže zaměřovaly na příběhy z divokého západu, skutečné zločiny a romantické povídky. V Anglii a Francii byly populární detektivní příběhy. Po roce 1860 se v New Yorku rozmohly v časopisech více explicitní romantické příběhy. Prodávaly se tajně v malém nákladu. Do roku 1868 nevzbuzovaly žádné problémy, až když se objevil mladý úředník Anthony Comstock. Viděl problém v lechtivé literatuře, která rozpoutávala v ostatních lidech touhu. Neztrácel čas a udal vydavatele, skupinu Irů, kteří byli ihned zatčeni.¹⁵

3.1.2 Francie

„Naopak situace v Evropě byla jiná. Francie byla „vůdcem“ mezi časopisy pro muže od začátku. Byla kolébkou erotického tisku. V 80. letech se dostal do módy korzet, spodnička živůtek. Zatímco toto nové šatstvo mělo chránit ženské přednosti, muži tím byli ještě více ohromeni.“¹⁶ „Francouzi udělali ze spodního prádla oblečení na kankán a opovážili se přinést striptýz z ložnice na pódium. Umění fotografie aktu zlepšovali už od konce 60. let 19. stol. V 70. letech 19. stol. vytvořili Francouzi první pánské časopisy pro pařížské kabarety. Jednalo se o *Frou Frou*, *L'Etude Académique*, *Le Sourire*, *Paris Music-Hall*.“¹⁷ „Byly na nich ženy s odhaleným poprsím. Když se to dozvědělo pánské čtenářské publikum, bylo netrpělivé, kdy se tyto novinky dostanou z Francie i do Ameriky. Několik titulů se tam dostalo zanedlouho. Comstock s podporou dalších mužů obvinil americkou vládu, že nová obscénní literatura ze zahraničí dostala americké muže do hrozícího nebezpečí. Jeho snahy potlačit časopisy pro muže byly tak přesvědčivé, že v roce 1873 byly přijaty a sepsány do Comstockova zákona – žádné obscénní a sprosté knihy, pamflety, obrázky, časopisy a celkově veškeré tiskoviny neslušného charakteru nesmí být vytvořeny. Skutečný magazín pro muže v USA tedy nebyl vytvořen až do konce 1. světové války. Přesto se některé šťavnaté bulvární plátky začínaly

¹⁴ HANSON, Dian. History of Men's Magazines Vol. I – From 1900 to Post WW II., Taschen. s. 7

¹⁵ HANSON, Dian. History of Men's Magazines Vol. I – From 1900 to Post WW II., Taschen. s. 8

¹⁶ HANSON, Dian. History of Men's Magazines Vol. I – From 1900 to Post WW II., Taschen. s. 52

¹⁷ HANSON, Dian. History of Men's Magazines Vol. I – From 1900 to Post WW II., Taschen. s. 60

objevovat už v 80. a 90. letech 19. stol. a fotky a hrací karty se stále uměly proplížit k mužům i přes Comstockovy zákony. První, kdo je začal porušovat, byl vydavatel časopisu *Broadway* Lew Rosen, židovský přistěhovalec z východní Evropy.¹⁸ „V polovině 19. stol. se rozšířil dřevitý papír, který umožňoval dobrý tisk. Předtím byl používán pouze hadrový papír z recyklované bavlny bělený jílem, který byl velmi trvanlivý, ale zbytečně drahý k tisku jednoúčelových časopisů. V první polovině 20. století byly miliony senzačních časopisů všeho druhu dodávány do novinových stánků na levném dřevitém papíře. Na přelomu století ve Francii byly mnohem více žalovány texty než fotografie (byly vydávány za umění). Francouzi měli časopisy s uměleckými akty, kde byly úplně nahé ženy, zatímco Amerika byla trestána za kus odhaleného těla. Ve Francii bylo poměrně více cenzury časopisů, které uznávaly určitou lechtivost. Ale časopis jako *La Vie Parisienne* založen 1863 a obnoven těsně před první světovou válkou v sobě spojoval diskrétní nahotu s peprnými historkami, humorem a přesto byl akceptován, protože byl uznávaný jako sofistikovaný, kvalitní a umělecký časopis.“¹⁹

3.1.3 Německo

„Německo bylo třetí zemí, kde se od roku 1900 snaží vydávat časopisy pro muže. Bojují tam ale také s mravními problémy. Sigmund Freud varoval, že sexuální potlačování může být stejně nebezpečné jako masturbace, která se zatracovala v Americe. Objevil se časopis *Beauty Movement*, který obdivoval vše krásné, hlavně mladé, nahé ženy. Jako ve Francii se jednalo o kontext. Nahota byla akceptována, pokud byla podávána asexuálně nebo jako umění.“²⁰ „Objevovaly se časopisy *Berliner Leben*, *Reigen*, *Die Ehe*, *Die Schönheit* nebo *Das kleine Magazin*. Po pádu Výmarské republiky v roce 1933 byly na trhu stovky časopisů, které obsahovaly nahotu, ale žádné nepřiznaly, že slouží k dráždění. Navíc po nástupu Hitlera jako říšského kancléře byly v časopisech jen árijské ženy. Vydavatelé byli nahrazeni Hitlerem schváleným personálem. Většina časopisů s akty však byla pozastavena úplně a začaly se objevovat až po válce.“²¹ S postupem nového století se objevovaly časopisy pro muže v Anglii, Švédsku, Japonsku, Mexiku nebo Dánsku.“²²

¹⁸ HANSON, Dian. *History of Men's Magazines Vol. I – From 1900 to Post WW II.*, Taschen. s. 10

¹⁹ HANSON, Dian. *History of Men's Magazines Vol. I – From 1900 to Post WW II.*, Taschen. s. 12

²⁰ HANSON, Dian. *History of Men's Magazines Vol. I – From 1900 to Post WW II.*, Taschen. s. 12

²¹ HANSON, Dian. *History of Men's Magazines Vol. I – From 1900 to Post WW II.*, Taschen. s. 93 -

109

²² HANSON, Dian. *History of Men's Magazines Vol. I – From 1900 to Post WW II.*, Taschen. s. 14

3.1.4 Nahota v časopisech pro muže

„V roce 1846 vyšel v USA časopis *Police Gazette*. Obsahoval policejní zprávy, příběhy skutečných zločinců a jejich činů a byl obohacen bulvárními fotografiemi polonahých žen. Založil ho novinář George Wilkes. Časopis byl zdánlivě věnován policejním otázkám a případům, ale častěji byl obsah bulvární, s šokujícími odhaleními brutálních vražd, se zločinci z divokého západu a sportovními událostmi. Časopis byl známý svými rytinami a fotografiemi spoře oděných zavražděných striptérek, tanečnic a prostitutek, často za hranicemi mravnosti. *Police Gazette* se na konci 19. století a v prvních desetiletích 20. století těšil velké popularitě právě díky fotografiím odhalených těl. Jeho popularita klesla až s příchodem Velké hospodářské krize, po které již vycházely časopisy pro muže s fotkami nahých žen. *Shadowland* byl první časopis, který použil název nude-studies-for-art-students, tzn. Časopis pro studenty umění. *10 Story Book* – asi od roku 1901 – „magazín pro obrazoborce“, nenaplnil slib o chytřejším, živějším a zábavnějším časopisu a nevydržel do roku 1920. Přestože texty nebyly hrubé, fotky byly velmi pikantní, časopis obsahoval i inzeráty nabízející nahé krásky z Francie. *Dawn magazine* – vydavatelství Dawn Publishing se zaměřovalo na eugeniku, nahotu a figurální studie. V roce 1928 vydalo Dawn Publishing pokrokový *Sex magazine*.“²³ „Francie byla první, která vydala časopis před rokem 1900 s úplně nahými, necenzurovanými studiemi nahých žen, zřejmě prostitutek. Jednalo se o časopis *L'Etude Académique*, který byl určen pouze pro skutečné studenty umění. Ve stejný rok se objevil podobný časopis v USA, také umělecký pouze pro studijní účely, *Tidbits of Beauty*. Byl zaměřen na techniku siluety, ale modely byly oblečené v plavkách po kolena. Amerika začala umělecké časopisy s odhalenými ženami oficiálně tisknout v roce 1920. První byla vydavatelství Educational Art Press in Wilmington, Delaware, Independent News in New York a již zmiňované Dawn Publishing. Educational Art Press mělo talentovaného fotografa Edwina Bowera Hessa. Informace o Hesserovi jsou omezené, ale zdá se, že fotografie byla jeho hlavním zaměstnáním. Zhruba v polovině dvacátých let 20. století se stal prvním hollywoodským glamour fotografem. Prodej amerických uměleckých časopisů klesl ve 40. letech. Znovu se vzchopily v 50. letech. Ačkoliv už otevřeně ukazovaly nahé hrudi žen v přiznaném sexuálním kontextu, mnoho mužů dávalo přednost trikům uměleckých časopisů, jejichž smyslem byla nahota na vyšší úrovni.“²⁴ „Američtí fotografové, kteří pracovali pro umělecké časopisy, byli Peter Gowland, André de Dienes, Peter Basch, Philip O. Stearus,

²³ HANSON, Dian. *History of Men's Magazines Vol. I – From 1900 to Post WW II.*, Taschen. s. 82

²⁴ HANSON, Dian. *History of Men's Magazines Vol. I – From 1900 to Post WW II.*, Taschen. s. 114

Bunny Yeager a Edmunda Leja. Umělecké magazíny, které se objevovaly v USA: *Glamour Photography, Girl Pageant, Figure, The New Models Beautiful, Paris Models Artcraft, Photo Arts*.²⁵ „Ve 20. a 30. letech vznikaly také komiksové časopisy pro muže. Byly známy jako *Eight Press, Eight Page Bible, Jo-Jo Books, Bluesies*, „drsné komiksy“ nebo také *Tijuana Bibles* podle mexických hranic, kde byly pravděpodobně vydávány. Tyto „Bible“ je obtížné přesně datovat, ale obsahy nám dávají jistá vodítka. Kdokoliv byl právě ve zprávách, byl námětem komiksu. Práva byla ignorována docela volně a čtenáři si dopřávali četbu sexuálních příběhů a her, jejichž hlavními hrdiny byli například politici, zločinci, herci atd.“²⁶ „Ve 20. letech už nabízely novinové stánky také pornografické časopisy. Byly podpultové a ostře střežené před policisty.“²⁷

„Za nahotou v časopisech stála později také burleska. Varietní show hudebně-dramatického žánru zobrazující komické příběhy se záměrem něco zlehčit nebo někoho zesměšnit. Ta byla plná krásných dívek. Na začátku dvacátého století byl pro oživení žánru, který ztrácel svůj lesk kvůli novým způsobům zábavy např. filmovému průmyslu, přidán do burlesky striptýz. Striptérkám to přineslo slávu a zanedlouho se staly hlavním obsahem časopisů pro muže. Během 2. světové války se tyto magazíny zařadily do kategorie nemorálních. S rokem 1945 a koncem konfliktů si ale opět užívaly vzestupu v žebříčkách oblíbenosti.

Časopisy *Titter* a *Wink* uspěl díky obsahu, který burlesku nápadně připomínal. Většina dalších amerických titulů pro muže založená mezi lety 1946 a 1955 se soustředila na tanečnice a taneční kluby.

Roku 1951 vychází časopis *Cavalcade of Burlesque*, 1952 je to *Wolf's Bait* a díky velkému zájmu o tanečnice byl francouzský magazín *La Vie Parisienne* přemluven k vydávání americké mutace *Paris Life*. Spojené státy nebyly v tomto směru tak pokročilé, aby vydávaly bez ostychu fotky nahých dívek, proto na jejich hrudi tiskly podprsenky.

V roce 1951 vychází první číslo časopisu *Modern Man* a na počátku svého působení je jeho sláva neotřesitelná. Byla to doba, kdy časopisy stále neukazovaly úplnou nahotu. Objevovaly se v něm hvězdy varietních show v průhledných šatech. Díky tomu, že *Modern Man* kombinoval svůdné fotky, dobrou produkci, ale i články bez erotického podtextu, byl tolik oblíben. Kdyby Hugh Hefner nepřišel s prvním číslem svého nového magazínu *Playboy*, mohl být právě *Modern Man* tak slavný.²⁸

²⁵ HANSON, Dian. *History of Men's Magazines Vol. I – From 1900 to Post WW II.*, Taschen. s. 119

²⁶ HANSON, Dian. *History of Men's Magazines Vol. I – From 1900 to Post WW II.*, Taschen. s. 144

²⁷ HANSON, Dian. *History of Men's Magazines Vol. I – From 1900 to Post WW II.*, Taschen. s. 159

²⁸ HANSON, Dian. *History of Men's Magazines Vol. II – From Post- to 1959 War*, Taschen. s. 7

4 Vznik časopisu Playboy

4.1 Popis obsahu listu

Výňatek z úvodníku Hugh Hefnera z prvního čísla časopisu *Playboy*:

„Pokud jsi muž mezi 18 a 80 lety, *Playboy* je právě pro tebe. Jestli máš rád zábavu servírovanou s humorem, inteligencí a kořením, bude u tebe *Playboy* velmi oblíben. Na stránkách *Playboye* najdeš články, povídky, komiksy, fotografie, humor a speciální přílohy z mnoha okruhů, aby sis mohl zformovat vlastní styl dle vlastní mužské chuti. Většina časopisů pro muže tráví veškerý čas outdoorem, tedy venku. Budeme také venku, ale otevřeně vám předem říkám, že plánujeme strávit více času uvnitř. Užíváme si vyrábět koktejly, poslouchat dobrou muziku a pozvat si ženu k diskuzi nad Picassem, Nietzchem, jazzem a sexem.“²⁹

Playboy na svých stránkách předvádí módu a kosmetiku pro muže, nabízí v rozhovorech a článcích profily úspěšných mužů ze světa showbusinessu, sportu nebo politiky. Stálé rubriky příběhů a rozhovorů se obrací i ke slavným ženám. Dále lze na stránkách magazínu nalézt dobrodružné články, tipy na cesty, novou techniku a luxusní automobily, články na téma sex a vztahy a aktuální kulturní, knižní a filmové tipy. Každé číslo obsahuje dva až tři fotoseriály s fotografiemi slavných i zatím neznámých dívek a žen.

4.2 Cílová skupina

Definice cílové skupiny dle samotného časopisu *Playboy* zní: „Magazín je zaměřen hlavně na aktivní a ambiciózní muže a intelektuální čtenáře ve věku 25 – 50 let. Svým životním stylem souhlasí s filozofií časopisu. Časopis *Playboy* usiluje o to, aby vytvářel kultivovaný obsah, nebyl vulgární a zaujatý proti ženám.“ Současný šéfredaktor českého *Playboye* Vlado Olexa si myslí, že se české publikum od devadesátých let trochu změnilo. „Tehdy patřili k čtenářskému jádru pánové kolem pětáctyřicítky až padesátky, dnes jsou to muži o deset až patnáct let mladší. Jsou to lidé, kteří mají jiné hodnoty a požadavky než ti, kteří *Playboy* četli tehdy. A této proměně jsme se museli přizpůsobit i my. I proto najde současný čtenář v *Playboyi* dříve nemyslitelné rady ohledně životosprávy či cvičení.“³⁰

²⁹ HANSON, Dian. *History of Men's Magazines Vol II – Post-War to 1959*. Taschen. s. 208
³⁰ <http://www.trafikant.cz/0908/olexa.html>

4.3 *Hugh Hefner*



„Šéfredaktor *Playboye* a majitel Playboy Enterprises, inc. Hugh M. Hefner. Muž, jehož časopis se stal jeden z nejprodávanějších magazinů pro muže na světě.

Hefner se narodil 9. dubna 1926 v Chicagu. Navštěvoval Sayreovu základní školu a Steinmetzovu střední školu na West Side of Chicago, kde platil za více než průměrného studenta s IQ 152. Do popředí se dostal hlavně díky jeho mimoškolním aktivitám: založení studentských novin, psaní a kreslení komiksů, a také působil jako předseda studentské rady, kde prosazoval studentské návrhy a přání. Po dokončení střední školy v lednu 1944 vstoupil do armády a sloužil jako úředník pro pěchotu a kreslil karikatury pro různé vojenské noviny. Po propuštění ze služby v roce 1946 strávil léto na kurzech umění na Art Institute of Chicago. Na podzim se zapsal na University of Illinois, kterou ukončil titulem bakaláře. I na univerzitě se věnoval studentským novinám, kam přispíval svými komiksy a zároveň externě pracoval pro noviny Daily Illini.

Poté navštěvoval také postgraduální kurzy sociologie na Northwestern University. Zde už se zabýval výzkumem sexuálních zákonů a lidské sexuality. V červnu roku 1949 se oženil se spolužačkou Mildred Williams. Jejich manželství trvalo 10 let a vzešly z něj dvě děti: Christe (1952) a David (1955).³¹ „Po dokončení studií v roce 1949 se Hefner uplatňoval na různých menších pozicích ve vydavatelských domech. Jedna z nich byla i pro časopis *Esquire*. Po čtyřech letech praxe byl rozhodnutý a připravený rozjet nový žánr časopisů pro muže. Předtím byla většina těchto periodik zaměřena na volný čas mužů a byla celkově velmi mužsky orientována. Hefner se rozhodl vyrazit úplně jiným směrem zaměřeným na kosmopolitního,

31

http://www.playboyenterprises.com/home/content.cfm?content=t_template&view=admin&packet=00061D22-C172-1C7A-9B578304E50A011A

moderního a intelektuálního muže, který se zajímá o ženy. Jeho zjevným záměrem bylo změnit přiškrcený sexuální postoj padesátých let a oslavovat heterosexuálnímu. ³²

4.4 1953 – 1960

„Stále zaměstnaný, nyní v časopisu pro děti, pracoval Hefner doma na jídelním stole obklopen manželkou a malou dcerou na prvním čísle časopisu *Playboy*. Přestože se spoléhal na přejetý materiál, napsal také sám několik článků. Našel tiskaře, ochotného vytisknout první číslo a distributora. Sehnal 8 000 \$ včetně šesti set půjčených dolarů z banky, které zastavil nábytkem z vlastního bytu. ³³ „Za 600 dolarů koupil fotografie nahé Marilyn Monroe, které byly nafoceny pro kalendář. S Marilyn na titulní straně i uvnitř, bez jejího vědomí, vyšlo první číslo *Playboye* v prosinci 1953. Prodalo se ho 54 tisíc ze 70 tisíc po padesáti centech. Co udělalo časopis úspěšným, byl opravdu záměr strávit více času uvnitř. Kromě *Esquiru* byly ostatní magazíny pro muže o rybaření, lovení, pití piva. ³⁴ „Vydělal dost na to, aby zaplatil tisk, papír a financoval druhé číslo. Po této zkušenosti Hefner nikdy nepochyboval, že jeho časopis bude mít úspěch. Zisky investoval zpět do publikace a najal tým mladých nadšených redaktorů, fotografů a obchodníků. Čtyřicetistránkový výtisk obsahoval mimo fotek slavné herečky detektivní povídku se Sherlockem Holmesem, článek o jazzových muzikátech bratřích Dorseyových, studii o designu kancelářských stolů a několik kreslených vtipů, které vytvořil sám šéfredaktor. Nechyběly ani další mužské libosti jako informace o autech, doutnicích či gastronomických trendech. Čtenáři brzy zjistili, že se za nákup nového pánského magazínu nemusejí stydět. ³⁵ „První léta podnikání s redaktorem Rayem Russlem a art directorem Artem Paulem (vytvořil logo zajíčka) ukazovala Hefnerovi stálý růst čtenosti. On ale pokračoval ve vylepšování a spoléhal se na kvalitu článků a fotek. Když se k týmu přidal Auguste Spector, jeden z nejprodávanějších autorů své doby, začal časopis kupovat původní povídky a produkovat své vlastní fotografie. Také díky tomu se stal časopis kultivovaným periodikem, které na konci roku 1956 dosáhlo osmissetisícové čtenosti, což překonalo zatím nejčtenější časopis pro muže *Esquire*. Hefner si dobře uvědomoval, že základ

³² <http://www.trivia-library.com/c/history-of-playboy-magazine-part-1.htm>
³³

http://www.playboyenterprises.com/home/content.cfm?content=t_template&view=admin&packet=00061D22-C172-1C7A-9B578304E50A011A

³⁴ HANSON, Dian. *History of Men's Magazines Vol II – Post-War to 1959*. Taschen. s. 214

³⁵

http://managerweb.ihned.cz/index.php?p=y00000_save&article%5Bid%5D=13722560&article%Barea_id%5D=10033430

časopisu je psaný obsah, ale to, co časopis prodává, jsou fotografie nahých žen. Mezi nimi se objevily také slavné herečky jako Kim Novak, Ursula Andress nebo Brigitte Bardot. Ovšem Hefner za svůj podnikatelský záměr platil daň v podobě boje s úřady, které schvalovaly fotografie a určovaly míru decentnosti fotografií. V roce 1963 byl zadržen kvůli otištění fotografií modelky odhalující poprsí. Případ kvůli zmatečnému soudnímu řízení skončil Hefnerovým propuštěním.“³⁶

4.5 Zlatá šedesátá léta

Šedesátá léta byla obdobím mimořádných zvratů a proměn veřejného života, stejně jako náhlých tragédií a traumat. Prezidentské volby v roce 1960 měly dva kandidáty – R. M. Nixona a J. F. Kennedyho. Oba budili dojem, že chtějí pokračovat ve zklidněné politice 50. let. Ve volební kampani Kennedy prokázal, že i když není veřejně tak známý jako Nixon, tak svým půvabem, ctížádostí a energií dokáže voliče zaujmout. Byl výborným řečníkem a jeho rétorika se stala charakteristickým rysem celé jeho kampaně i prezidentských vystoupení.³⁷ Kennedy se ve svých třiačtyřiceti v lednu 1961 stal doposud nejmladším americkým prezidentem. Za jeho vlády došlo k nejdůležitějším změnám v oblasti lidských práv. V čele hnutí za lidská práva stál černoš Martin Luther King ml. a bojoval s tisíci dalšími za rasovou desegregaci.³⁸ Za vlády Kennedyho také vznikl politický konflikt mezi USA a Sovětským svazem. Napětí vzrůstalo kvůli ruským jaderným raketám na Kubě. Po roce svárů a dohadování Sověti souhlasili s odsunem raket, což snížilo mezinárodní napětí.³⁹ Krize naopak rostla ve Vietnamu. Rozpoutal se boj mezi silami komunisty vyhlášeného „Svobodného Laosu a Královskou Laoskou armádou. Po dlouhém zvažování se Kennedyho vláda rozhodla podpořit vytvoření neutrální koalice, která by zabránila přímé americké účasti v Laosu, ale předešla také vítězství Svobodného Laosu. V roce 1963, kdy si Kennedy uvědomoval neudržitelnost situace, byl 22. listopadu zastřelen do hlavy. Vrahem se ukázal být L. H. Oswald, zaměstnanec texaského knižního velkoskladu, který se vrátil z dlouhodobého pobytu v Sovětském svazu a také navštívil Kubu. Dalším prezidentem byl

³⁶ <http://www.trivia-library.com/c/history-of-playboy-magazine-part-1.htm>

³⁷ TINDALL, George Brown. *Dějiny Spojených států amerických*. Praha: Lidové noviny, 2000. s. 687-688

³⁸ TINDALL, George Brown. *Dějiny Spojených států amerických*. Praha: Lidové noviny, 2000. s. 690

³⁹ TINDALL, George Brown. *Dějiny Spojených států amerických*. Praha: Lidové noviny, 2000. s. 694-695

demokrat Lyndon Johnson. Prioritou pro něj byla domácí politika.⁴⁰ V roce 1964 byl opět zvolen prezidentem a využil svého mandátu, aby zahájil program „velké společnosti“, který měl Ameriku zbavit bídy, obnovit rozkládající se centra měst, dát každému možnost studovat, pozvednout kulturní život národa a zvýšit bezpečnost.⁴¹ Mezi úspěchy velké společnosti patřila opatření v záležitostech lidských práv. Johnson podepsal zákon, který zakazoval rasovou diskriminaci v hotelích, restauracích, dalších veřejných zařízeních a školách.⁴² Šedesátá léta byla také desetiletím tzv. sexuální revoluce. Zahrnuje změny ve společenském myšlení a chování v západním světě, které jsou spojeny se sexualitou. Zformovalo se hnutí hippies, které oslavovalo mír, lásku a svobodu. Toto hnutí mělo zásadní vliv na hudbu, televizi, film, výtvarné umění a literaturu.⁴³

„Šedesátá léta byla proto pro *Playboy* zlatým věkem. Hefner vytvořil jedno z nejúspěšnějších vydavatelství ve Spojených státech. Prodaný náklad překonal milionovou hranici a inzertní výnosy se vyšplhaly na 2,3 milionů USD. Hefner, nadšen svým výkonem, se na začátku 60. let rozhodl otevřít Playboy Club, kde se mohl každý unavený muž dobře najíst, napít, pobavit a rozveselit, zatímco ho obsluhovaly dívky v kostýmech zajičků. Do konce desetiletí Playboy Enterprises vlastnilo 23 Playboy klubů, resortů a kasin. Další strategie společnosti zahrnovaly knižní vydavatelství, modelingovou agenturu, nahrávací společnost, produkci televizních show, filmové nahrávací společnosti a dokonce půjčovnu limuzín.“⁴⁴ „Hefner se rozhodl v Chicagu koupit starý hotel Knickerbocker a přestavět ho na luxusní Playboy Towers, kde vzniklo sídlo společnosti. V roce 1965 Playboy Enterprises investovala 55 milionů USD na výstavbu resortů na Jamajce, Miami, New Jersey a ve Wisconsinu, kde hotel ve tvaru plachetnice u Lake Geneva stál 18 mil. USD. Hefner cestoval po světě ve vlastním letadle The Big Bunny a rozdělil svůj čas mezi dvě svá sídla v Chicagu a Los Angeles. Od roku 1965 do 1970 výnosy dramaticky vyskočily z 48 na 127 milionů USD. V roce 1968 se počet prodaných výtisků za jeden měsíc vyšplhal na neuvěřitelných 5 milionů.“⁴⁵

⁴⁰ TINDALL, George Brown. *Dějiny Spojených států amerických*. Praha: Lidové noviny, 2000. s. 696-697

⁴¹ TINDALL, George Brown. *Dějiny Spojených států amerických*. Praha: Lidové noviny, 2000. s. 698

⁴² TINDALL, George Brown. *Dějiny Spojených států amerických*. Praha: Lidové noviny, 2000. s. 701

⁴³ PETERSEN, J. R., *Století sexu: Dějiny sexuální revoluce časopisu Playboy*, Vyd. 1. Praha: BB Art, 2003, s. 299

⁴⁴ HANSON, Dian. *History of Men's Magazines Vol II – Post-War to 1959*. Taschen. s. 224

⁴⁵ <http://www.trivia-library.com/c/history-of-playboy-magazine-part-2.htm>

4.6 Krize sedmdesátých let

„Začátek 70. let byl pro Hefnerovo impérium stále pozitivní. Do roku 1972 prodával *Playboy* až 7 milionů výtisků měsíčně a vydělával 20 milionů dolarů ročně. Tentokrát už byl schopný zaplatit vysoké částky za povídky uznávaných autorů. Svými díly přispívali například John Steinbeck, Vladimir Nabokov, P. G. Wodehouse, W. Somerset Maugham nebo Gore Vidal. Další významnou částí časopisu byly rozhovory. Prošla jimi většina slavných osobností své doby – herci, režiséři, muzikanti, politici, umělci i sportovci.“⁴⁶ „Hefner byl stále lačnější po celebritách, které by se odhalily pro časopis a stále nespokojenější s jejich nedostatkem a také konzervatismem v Chicagu. Přestěhoval se tedy do Beverly Hills. V roce 1973 přišla pohroma. Spojené státy očekávaly hospodářský pokles a navíc *Playboy* velmi ztuhla čelil konkurenci rozšíření pánských časopisů jako *Penthouse*, *Hustler* a *Oui*.“⁴⁷ Během roku klesl náklad časopisu na 2.5 milionu, zatímco *Playboy* kluby a hotely se pohybovaly v minusových částkách. Co následovalo, bylo pojmenováno jako veřejné boje. Vedoucí pracovníci společnosti, zvyklí na stálý úspěch, zpanikařili. Jak později Hefner přiznal: „Prošli jsme obdobím, kdy jsme ztratili naše postoje a začali napodobovat naše imitátory.“ „V červnu 1973 vyšel první centerfold s úplně nahou ženou. Poté už svůdné pozice modelek představily erotiku jako standardní taktiku časopisu. V roce 1975 vyšly časopisy s titulními stranami, které již byly na hranici mezi decentní smyslností a pornografií. Jenže tento nový trend selhal. Konzervativní inzerenti se vzbouřili a řada jich od spolupráce s magazínem odstoupila.“⁴⁸ Do roku 1974 vládl prezident Nixon, za jehož působení byla velmi rozkolísaná ekonomika. Růst inflace začal v roce 1967, kdy dosahoval tři procent, v roce 1973 již 9%, o rok později 12% a po zbytek sedmdesátých let se pohybovala v dvoumístných číslech. Rostla také nezaměstnanost až na 6% v roce 1970. Krize měla tři příčiny – financování války a velké společnosti prezidentem Johnsonem, americké zboží se potýkalo s konkurencí zboží ze západního Německa, Japonska a dalších průmyslových zemí a závislost americké ekonomiky na levných zdrojích energie. Nástup dospívající generace populační exploze zapříčinil prudký nárůst počtu pracovních sil a počet nových pracovních míst nemohl tomuto přílivu stačit a vzrostl opět počet nezaměstnaných. Zároveň se snížila produktivita práce, čímž se vzhledem k rostoucí spotřebě zvedly ceny. Nixonova vláda okamžitě zvýšila daně a snížila rozpočet, což nepomohlo. Bílý dům tedy požádal Federální rezervní úřad, aby snížil zásoby peněz zvýšením

⁴⁶ <http://www.trivia-library.com/c/history-of-playboy-magazine-part-2.htm>

⁴⁷ <http://www.referenceforbusiness.com/history2/75/Playboy-Enterprises-Inc.html>

⁴⁸ <http://www.trivia-library.com/c/history-of-playboy-magazine-part-2.htm>

úrokových sazeb. To mělo za následek okamžitý kolaps burzy a přivedlo ekonomiku k tzv. Nixonově recesi.⁴⁹

Důsledkem této ekonomické nerovnováhy bylo to, že do roku 1976 byla společnost Playboy Enterprises ve velké krizi a nezvládala udržet tolik podnikatelských okruhů pohromadě. Profity začaly rychle klesat, když v roce 1974 dosáhly sotva 5 milionů dolarů. Divize zábavy, která zahrnovala televizi, filmy a hudbu oznamovala děsivé ztráty. Hefner, uvědomující si naléhavost situace, najal obchodního mediálního profesionála Dericka Danielse, aby velel vydavatelské společnosti a přivedl ji opět do zisku. Daniels rychle rozpoznal, že Playboy Enterprises přichází o miliony kvůli své široké podnikatelské činnosti. Ihned uzavřel ztrátové kluby a hotely, zredukoval budgety pro filmy a nahrávací společnosti a dal výpověď 100 zaměstnancům, včetně pěti viceprezidentů společnosti. Očista byla efektivní a Daniels zaměřil společnost opět hlavně k vydávání časopisu, přičemž ponechal profitující londýnská Playboy kasina, aby dále plnily pokladnu.⁵⁰

4.7 Osmdesátá léta

„I pod pevným vedením Danielse na začátku 80. let ztrácelo vydavatelství svou sílu. V roce 1982 kvůli udělování licencí byla společnost nucena zbavit se svého posledního bílého koně – kasin. Všechna kasina ve Spojených státech, na Bahamách i v Londýně byla prodána. Se ztrátami přes 69 milionů dolarů se Hefner rozhodl nahradit Danielse někým důvěryhodnějším a spolehlivějším. Vlastní dcerou.

Christie Hefner ukončila studium na Brandeis University v roce 1974 a nastoupila do otcovy společnosti o rok později. V roce 1985 povýšila na prezidentku společnosti, zatímco Hugh pokračoval jako šéfredaktor a majoritní akcionář. Christie s profesionální image businesswoman 80. let udělala rozhodnutí zůstat daleko od životního stylu vlastního otce. Hbitě sestavila talentovaný a zkušený tým, který jí pomohl oživit Playboy Enterprises, Inc. Její nejodvážnější výzva byla, jak vyřešit dramatickou situaci okolo sprosté nahoty a sexu, které Hugh Hefnera vynesly do výšin. Přestože v 80. letech bylo už téměř vše tolerováno, ba dokonce akceptováno, Christie chtěla, aby se společnost netočila pouze okolo sexu a *Playboy* hesla Entertainment For Men. Podařilo se jí to. Pro *Playboy* začali psát známí autoři nejen

⁴⁹ TINDALL, George Brown. *Dějiny Spojených států amerických*. Praha: Lidové noviny, 2000. s. 724-725

⁵⁰ <http://www.trivia-library.com/c/history-of-playboy-magazine-part-2.htm>

povídky, ale také články o sociálních problémech a domácím násilí a společnost podporovala práva gayů a výzkumy nemoci AIDS. Playboy se stal fórem pro disidenty z rozvojových zemí, kam psali o zneužívání moci vládní korupci. Z *Playboye* se stal společenský magazín pro široké publikum, zatímco stále nabízel pohled na krásné ženy.

Hustler a *Penthouse*, které byly v 80. letech stále silnou konkurencí, poskytovaly více nahoty. V osmdesátých letech přišla tmavá dekáda. Boom podobných časopisů – *Penthouse*, *Hustler* nebo *GQ* a zvolení Ronalda Reagana v roce 1980 nebyly pro *Playboy* příznivé. Když se objevily první případy AIDS, Amerika nabrala konzervativnější směr a Ronald Reagan sjednal v roce 1984 The Meese Commission, aby studovala dopady pornografie na společnost. Komise byla mixem pravicových politiků, farářů a radikálních feministek. Jejich výsledek byl publikován o dva roky později – pornografie má opravdu špatný dopad. Hefnerův vzkvétající lifestyle časopis byl shrnut dohromady i s pornografickými časopisy. Jakmile se tato zpráva dostala na veřejnost, hlavní prodejci tiskovin v zemi odmítli časopis prodávat a samozřejmě tak ztratil mnoho inzerentů. Pětasedmdesát procent prodeje časopisu bylo právě za plnou cenu časopisů ze stánků a trafik. Když tento zdroj zmizel, zahájil *Playboy* velkou reklamní kampaň na předplatné. Na konci dekády se ustálila čísla na 3.4 milionů čtenářů, z čehož 75% bylo předplatných.⁵¹

„Po potížích společnosti v roce 1985, utrpěl Hefner, v té době devětapadesátiletý, mozkovou mrtvici. Právě v této době jeho dcera Christie nastoupila jako prezidentka společnosti. Hefner se ale rozhodl jeho zdravotní stav nazývat mrtvicí štěstí, byla totiž mezníkem, kdy se *Playboy Enterprises, Inc.* opět začala vzchopovat.“⁵² „Velkým úspěchem této doby v impériu *Playboy* byla obnova divize zábavy. Společnost vytvořila TV kanál *Playboy Channel*. V roce 1989 klesl počet TV předplatitelů na 430 000 z původních 750 000 v roce 1985. Christie s týmem nahradila *Playboy Channel* systémem pay-per-view nazvaným *Playboy At Night*, který se dostal do 4 milionů domácností a stal se tak 3. nejrozšířenějším pay-per-view systémem v USA. Na konci 80. let PEI vkládal víc peněz do produkce videí a stal se tak 3. největším distributorem videí hned po Walt Disney a Jane Fonda.“⁵³

⁵¹ HANSON, Dian. *History of Men's Magazines Vol II – Post-War to 1959*. Taschen. s. 228

⁵² HANSON, Dian. *History of Men's Magazines Vol II – Post-War to 1959*. Taschen. s. 230

⁵³ <http://www.referenceforbusiness.com/history2/75/Playboy-Enterprises-Inc.html>

4.8 Devadesátá léta

„Během devadesátých let Hefner upustil od svého hektického života nabitého nekonečnými večírkami a plně se věnoval výrobě časopisu a výchově svých synů Marstona a Coopera, které počal se svou tehdejší ženou Kimberley Conrad. Když byl v roce 1992 zvolen prezidentem Bill Clinton, který byl prototypem muže čtoucího Playboy, skončila éra honu na Playboy kvůli obscénnosti a nahým fotografiím. Ve zmírněném klimatu si Hefner odpočinul a znovu nastoupil na společenskou scénu. Sídlo Playboy Mansion West se vrátilo zpět do bouřlivé doby 70. let.“⁵⁴

Devadesátá léta začala pro *Playboy* velmi příznivě i co se týče prodeje. Především na zámořském trhu. Prodaný náklad skočil z 500 000 na 1.5 milionu. V Evropě, Jižní Americe a Asii fungovalo 14 zahraničních edicí. Společnost vytvářela TV program pro západní Evropu, kde byla uvolněnější morálka a v televizi bylo tolerováno více nahoty. Divize Playboy Licensing otevřela 20 obchodů se sportovním oblečením, oblečením pro volný čas a předměty s logem Playboy. Společnost spustila také Playboy Channel v Japonsku, uzavřela smlouvy s japonskou filmovou společností Tohokushinsha Film a oživila své podnikání s kasiny, která otevřela na řeckém ostrově Rhodos.

Během 90. let časopis stále vedl Hugh Hefner. Počet inzertních stran za rok 1995 mírně klesl na 595, ale čtenářů bylo stále kolem 3,5 milionu, i přes konkurenci stále zvyšujícího se počtu časopisů na trhu. Christie Hefner tedy uspěla ve snížení nákladů a udržení časopisu na stejné, ne-li vyšší úrovni. Otec ale trval na svém šedesátičlenném týmu a rozpočtu zhruba 4 milionů dolarů, aby mohl editovat časopis s doutníkem a v županu ze svého sídla v Beverly Hills. Od doby, kdy Hefner vytvořil *Playboy*, se postoj k sexu v Americe velmi změnil. Christie se odevzdala celému Playboy impériu, aby vytvářela stále atraktivnější produkty pro stále širší, dospělejší a inteligentnější publikum.⁵⁵

5 Vedení vydavatelství a redakce časopisu Playboy

5.1 Představenstvo

Christie Hefner – od roku 1979 do 01/200

⁵⁴ HANSON, Dian. *History of Men's Magazines Vol II – Post-War to 1959*. Taschen. s. 235
⁵⁵ <http://www.referenceforbusiness.com/history2/75/Playboy-Enterprises-Inc.html>

David I. Chemerow – od roku 1996
Dennis S. Bookshester – od roku 1990
Charles Hirschhorn – od roku 2006
Scott N. Flanders – od roku 2009
Russell I. Pillar – od roku 2003
Sol Rosenthal – od roku 1985
Richard S. Rosenzweig – od roku 1973

5.2 Corporate Officers

Hugh M. Hefner – Chief Creative Officer
Jerome Kern – Interim Chairman of the Board, Chief Executive Officer
Robert D. Campbell – Senior Vice President, Treasurer and Strategic Planning, Assistant Secretary
Michael S. Dannhauser – Senior Vice President, Corporate Controller
Carol A. Devine – Senior Vice President, Human Resources
Linda G. Havard – Executive Vice President and Chief Financial Officer
Martha O. Lindeman – Senior Vice President, Corporate Communications and Investor Relations
Bob Meyers – Executive Vice President, Media
Richard S. Rosenzweig – Executive Vice President
Howard Shapiro – Executive Vice President, Law and Administration
Alex L. Vaickus – Executive Vice President, Global Licensing
Amy Williamson – Assistant Treasures

5.3 Redakce

Hugh M. Hefner – editor-in-chief
Jimmy Jellinek – editorial director
Stephen Randall – deputy editor
Rob Willson – art director
Gary Cole – photography director
A.J. Baime, Leopold Froehlich – executive editors
Amy Grace Loyd – executive literary editor

Steve Garbarino – writer at large

5.4 Media Group

Publishing Division

Louis R. Mohn – Vice President, Publisher, *Playboy*

Chris Napolitano – Editorial Director, *Playboy* a *Playboy.com*

Digital Division

Scott G. Stephen – Executive Vice President, General Manager of *Playboy Online*

Jeremy S. Westin – Executive Vice President, Business Development

Television Division

Jeffrey M. Jenest – Executive Vice President

Steve R. Smith – Managing Director, International TV

5.5 Licensing Group

Alex L. Vaickus – President

5.6 Playboy Foundation

Burton Joseph – Chairman of the Board

Matthew Pakula – Director

6 Podnikání vydavatelství Playboy Enterprises, Inc.

6.1 Pohled na společnost Playboy Enterprises, Inc.

Playboy Enterprises, Inc. (PEI) je v dnešní době mezinárodní multimediální zábavní společnost, která vydává *Playboy* magazín ve dvaceti osmi zemích světa, operuje s televizní sítí, kde distribuuje programy, vlastní webové stránky *Playboy.com* (lifestylové a zábavní webové stránky pro muže), a dává oprávnění k používání značky *Playboy* k řadě spotřebního

zboží a služeb. Horizontální koncentraci vlastnictví médií.⁵⁶ Playboy Enterprises, Inc. vystihuje díky svým podnikatelským aktivitám v oblasti vydávání časopisu, televizního a rozhlasového vysílání a internetu.

PEI se dělí na tři obchodní skupiny.

Publishing – vydávání časopisu

Entertainment – zábava

Licensing – udělování licencí

6.2 Publishing

První odvětví, ve kterém začalo vydavatelství Playboy Enterprises, Inc. podnikat. Prodaný náklad časopisu ve Spojených státech se pohybuje okolo 2,6 milionu výtisků a je vyšší než prodaný náklad Esquire, GQ a Men's Journalu v USA dohromady. Za moře se vydávání časopisu dostalo před více než třiceti lety viz příloha Vznik zahraničních redakcí časopisů Playboy.

6.3 Entertainment

Zábavní část Entertainment se sestává z několika jednotek:

Playboy TV

Playboy Online

Playboy Radio

Playboy Mobile

6.3.1 Playboy TV

Entertainment vytváří každoročně přibližně 1500 hodin originálního programu řady žánrů. Programy jsou vysílány na Playboy TV jak v USA tak v evropských zemích. Poprvé začalo vysílání Playboy TV v USA v roce 1982 a bylo průkopníkem placených programů na

⁵⁶ McQUAIL, Dennis. *Úvod do teorie masové komunikace*, Portál 2007, str. 197

televizním trhu. Nyní Playboy TV nabízí původní inscenace na základě příběhů z časopisu Playboy, zábavné a dramatické seriály, reality show a programy s dívkami z časopisu a celebritami. Její vysílání je dostupné ve více než 65 milionech amerických domácností a díky licencím je pak možno sledovat Playboy programy ve stovce zemí světa.⁵⁷

6.3.2 Playboy Online

Playboy Online je přední lifestylová a zábavní cílová stanice pro muže na internetu. Jedná se o stránky *Playboy.com*, které poskytují širokou paletu zábavního obsahu, část redakčních článků a fotografií z tištěné verze, dědictví redakce časopisu, humor, styl, hry, zábavu a odkazy na rozmanité stránky. První spuštění *Playboy.com* se datuje na rok 1994. V současné době je Playboy Online největší segment společnosti přinášející do společnosti 60% příjmů, které generuje z inzerce, internetového obchodu a placených stránek. Placené stránky *Playboy Cyber Club* nabízejí čtenářům extra prémiový obsah včetně přístupu na stránky *Playboy Video*, *Playboy TV Jukebox* a *SpiceNet* nabízející videa a filmy a to na dobu, kterou si předplatí. Playboy Online také nabízí dva online katalogy *PlayboyStore.com* a *ShoptheBunny.com*, které prodávají populární Playboy produkty. Pánskou a dámskou módu, spodní prádlo, módní doplňky jako kabelky, peněženky, sluneční brýle, obuv, šperky a hodinky, kalendáře, DVD, starší vydání tištěných magazínů nebo sběratelské předměty. Tyto internetové obchody byly spuštěny na začátku roku 2008. Pod Playboy Online spadá také komunikační síť *PlayboyU.com*, která neobsahuje fotografie aktu a je určena speciálně pro vysokoškolské studenty.⁵⁸

6.3.3 Playboy Radio

„Skupina Entertainment zahrnuje také Playboy rozhlas, který se představil v roce 2002 jako první prémiová služba v historii satelitního rádia. Dnes je Playboy Radio dostupné exkluzivně na vysílači SIRIUS Satellite Radio a využívá ho více než 20 milionů uživatelů. Je zaměřeno na dospělé a sofistikované publikum, které vytvořil a definoval časopis Playboy, nabízí Playboy Radio sexy poslech milionům posluchačů po celém světě.“⁵⁹

⁵⁷ http://www.playboyenterprises.com/home/content.cfm?content=t_template&packet=B19E281F-013A-3E89-8490E3FAFA5DFD0E&artTypeID=000A2BE7-0596-1C74-8FEA8304E50A010D

⁵⁸ http://www.playboyenterprises.com/home/content.cfm?content=t_template&packet=B19E281F-013A-3E89-8490E3FAFA5DFD0E&artTypeID=000A2BE7-0596-1C74-8FEA8304E50A010D

⁵⁹ http://www.playboyenterprises.com/home/content.cfm?content=t_template&packet=B19E281F-013A-3E89-8490E3FAFA5DFD0E&artTypeID=000A2BE7-0596-1C74-8FEA8304E50A010D

6.3.4 Playboy Mobile

„Playboy Mobile nabízí zábavu a vzrušení klasického Playboye skrze mobilní telefony zahrnující tématické hry, obrázky, videoklipy, hlasové klipy a telefonní vyzvánění. Služba je dostupná v USA a dalších třiceti zemích včetně Německa, Velké Británie, Austrálie, Francie, Itálie a Brazílie.“⁶⁰

6.4 Licensing

PEI vydělává na jménu silné značky a logu zajíce Rabbit Head – jedné z nejrozpoznávanějších značek na světě. Playboy je jediný časopis, který se stal mezinárodní spotřební značkou. Playboy uděluje povolení k užívání obchodní značky zahrnující jméno Playboy, Rabbit Head design a další obrázky, značky a předlohy vlastněné společností PEI v oblasti celosvětové výroby, prodeje a distribuce produktů.

Móda a spotřební produkty s logem zajíčka a značkou Playboy zažily mimořádný růst prodeje. Výroba je zaměřena na dámskou a pánskou módu, módní doplňky, spodní prádlo, sportovní módu, obuv a stejně tak na nábytek, zařízení domů a lifestyleové a zábavní výrobky. Tyto aktivity generují PEI až 1 miliardu USD ročně. Nemalou reklamou jsou pro tyto výrobky celebrity jako Britney Spears, Jennifer Lopez, Janet Jackson, Jade Jagger, Snoop Dogg nebo Lenny Kravitz, kteří módu Playboy nosí a obklopují se výrobky se zajíčkem.

V říjnu 2006 otevřel Playboy všestranné zábavní centrum ve spojení s resortem Palms casino v Las Vegas. Objekt zahrnuje Playboy Club casino, Hugh Hefner Sky Villa, night club a Playboy obchod. Další podobná nemovitost Playboye je známa pod jménem Playboy Mansion Macao, vzdává hold a napodobuje legendární Playboy Mansion, nabízí prostředí luxusních residencí.

6.5 Playboy foundation – nadace

PEI se angažuje v ochraně a propagaci amerických principů osobní svobody a sociálního práva. Tento závazek přispívá místním a národním neprofitujícím organizacím, které chrání

⁶⁰ http://www.playboyenterprises.com/home/content.cfm?content=t_template&packet=B19E281F-013A-3E89-8490E3FAFA5DFD0E&artTypeID=000A2BE7-0596-1C74-8FEA8304E50A010D

práva jedince ve společnosti a práva na změnu pro jednice, kteří ji potřebují. Od roku 1965 nadace Playboy Foundation podporuje filmaře dokumentů o sociálních problémech a podporuje programy zastávající občanská práva a svobodu tím, že rozdala granty přesahující 20 milionů dolarů neziskovým organizacím po celých Spojených státech.

Playboy Foundation založila v roce 1979 ocenění First Amendment Awards, která jsou udělována jako pocta těm, kteří výrazně spolupracovali nebo nasadili život, aby chránili a pozvedli práva na změnu pro Američany, kteří jsou v životní tísní. Od počátku ocenění bylo poctěno přes sto studentů, právníků, novinářů a učitelů.

Nominace většinou přicházejí z oblasti žurnalistiky, umění a zábav, vzdělání nebo právního prostředí a vítězové jsou vybíráni podle vybraných hodnocení. Každoroční ceremoniál poctí vítěze částkou 10 000 USD a pamětní medailí.⁶¹

7 Působení časopisu Playboy na českém trhu

7.1 Vstup časopisu Playboy na český trh

První číslo české verze časopisu Playboy se objevilo na českém trhu v květnu 1991. V té době ho vydávalo měsíčně vydavatelství VIPress Czechoslovakia, a.s. Jedenáctičlenná redakce v čele se šéfredaktorem Jaroslavem Matějkou sídlila v pražském paláci Lucerna. V prvním čísle se úvodníku ujal sám otec Playboye Hugh Hefner:

„Je pro mě velmi radostné a zároveň vzrušující, že mohu přivítat československou edici v početné mezinárodní rodině Playboye. Když slyším slovo Československo, vybaví se mi Smetana a Dvořák, Kafka a Kundera, Pražské jaro a sametová revoluce, Tomáš Garrigue Masaryk a Václav Havel. Když přemýšlím o letech, která uběhla od potlačení svobody slova po roce 1968 právě v této zemi, jež byla vždycky symbolem svobody slova a svobody názoru, a o té dlouhé a trnité cestě, která vedla ke znovunalezení svobody v listopadu 1989, nemohu si vzpomenout na ty dny, kdy jsem poprvé začal uvažovat o založení časopisu jež by se podobal tomu, co právě držíte v ruce. Podle ústavní litery jsme tehdy byly svobodná země, stejně jako dnešní Československo. Ale po druhé světové válce, na začátku padesátých let,

⁶¹ http://www.playboyenterprises.com/home/content.cfm?content=t_template&packet=0007B308-45F5-1C7D-9B578304E50A011A&artTypeID=0007B451-BB99-1C76-8FEA8304E50A010D

žily Spojené státy ve znamení nucené konformity a represí ze strany režimu prezidenta Eisenhowera a senátora Joea McCarthyho. Byla to ovšem i éra amerického obrození. Obnovení zájmu o osobnost člověka, o jeho práva a šance ve svobodné společnosti. A právě zde vidím analogii s moderními dějinami Československa. Dva nejdůležitější symboly svobody a sebeuvědomění, samizdat a Charta 77, dovedly zemi až k sametové revoluci a zpátky ke svobodě, jíž si lidé v Československu tolik vážili už z dob, kdy Tomáš Garrigue Masaryk a Edvard Beneš ustavili československou exilovou vládu v Paříži v roce 1915. Spojené státy mají navíc velmi specifický vztah k československým lidem a jejich svobodnému duchu. Vždyť přece právě ve Washingtonu 18. října 1918 vyhlásila československá emigrace nezávislost svobodného Československa. Když jsem v roce 1953 projektoval tento časopis, chtěl jsem, aby to byl magazín, který všestranně zobrazí a ovlivní sociosexuální změny probíhající v Americe. Zároveň mi šlo o to, aby Playboy byl průvodcem, rádcem i hlasem mladého vzdělaného muže na celém světě. Tím, že zaměří svou pozornost na všechny jeho radosti i starosti. Tím, že mu ukáže životní styl plný svobody. Tím, že mu nabídne samu možnost radosti ze života a chuti do života. Playboy na svých stránkách uspokojuje všechny aktuální i trvalé zájmy svého čtenáře, poskytuje mu povídky a humor z dílny nejvýznamnějších a nejzajímavějších osobností naší doby. A to všechno v prvotřídní, moderní grafické úpravě. Ale především: Playboy pro mě vždycky znamenal ideální prostor pro svobodné myšlení. Doufám, že redaktoři i čtenáři československé edice budou mít tentýž cíl. Playboy je dnes nejúspěšnější, nejprodávanější magazín pro muže v Americe a v celém světě. Vychází v jedenácti jazycích a patnácti zemích.

Kromě původní americké edice je vydáván v Argentině, Austrálii, Brazílii, Holandsku, Hongkongu, Itálii, Japonsku, Maďarsku, Mexiku, Německu, Řecku, Španělsku, Tchajwanu, v Turecku, a nyní i v Československu. Pro každého vydavatele je opravdu největší satisfakcí a odměnou, když vidí nějaké nové vydání svého časopisu, které se rodí v jiné zemi a v jiném jazyce. Věřím, že v československé edici najdou čtenáři každý měsíc jedinečný obsah z pera nejlepších profesionálů, kteří dokáží zachytit a zobrazit svobodný duch nového Československa.⁶²

Časopis Playboy se na českém trhu uchytil a od roku 1991 působí jako jeden z nejčtenějších časopisů pro muže. Chce být průvodcem inteligentních, schopných a úspěšných mužů, poskytnout prvotřídní kvalitu zábavných, poučných a kulturních článků a tipů a samozřejmě

⁶² HEFNER, Hugh. *PLAYBOY CS Edition*, květen 1991, str. 3

nabídnout pohled na krásné ženy. Obsah není pouze převzatý z amerického originálu. Již od počátku působení v Česku se v časopisu objevovaly příspěvky od našich předních autorů a známých osobností. Bohumil Hrabal napsal pro první číslo minicestopis, Jiří Suchý vzpomněl na 50. a 60. léta, Milan Knížák uvedl rubriku o umění a Miloš Kopecký se zamyslel nad společným životem mužů a žen.

7.2 Přehled šéfredaktorů českého vydání časopisu *Playboy*

Datum	šéfredaktor
05/1991 – 07/1992	Jaroslav Matějka
08/1992 – 02/1995	Jaroslav Kořán
05/1995 – 09/1995	Vladimír Matějka
10/1995 – 12/1996	Arnošt Lustig
01/1997 – 07/1997	Jaroslav Major
08/1997 – 12/2001	Ivo Podskalský
01/2002 – 03/2002	Barbara Nesvadbová
Tři měsíce fungovala redakce bez šéfredaktora.	
06/2002 – 02/2003	Petr Tůma
03/2003 – 07/2004	Sven Bohde
08/2004 – 12/2005	Petr Pravda
Tři měsíce fungovala redakce bez šéfredaktora.	
04/2006 – současnost	Vlado Olexa

7.3 *Současné postavení časopisu Playboy v České republice*

Šéfredaktor Vlado Olexa nastoupil do upadajícího zastaralého českého vydání časopisu *Playboy* v roce 2006. Předtím pět let řídil časopis *Men's Health*, který v roce 2006 ukončil své působení na českém trhu. *Men's Health* byl pro něj prvním časopisem, který vedl. Do té doby pracoval pětadvacet let jako simultánní tlumočnick z angličtiny a francouzštiny po celém světě. Nastoupil, když *Playboy* zastupovalo vydavatelství Axel Springer Praha, a. s. Časopisu se pod jeho rukama dařilo. Olexa ho oživil, rozšířil, zmodernizoval a dostal opět do popředí. Prodaný náklad oproti roku 2005 začal stoupat (viz příloha) a držel se v přibližně stejné výši až do konce roku 2007. Poté začal opět klesat a Axel Springer Praha mělo zásadní problémy s udržením časopisu, také kvůli mateřské společnosti Axel Springer Verlag v Německu, která

se chtěla pro ně ne příliš výnosného měsíčníku zbavit. Úvahy o prodeji Playboye jinému vydavateli se objevily na začátku roku 2008.

Uvádím několik článků z médií, které poukazují na změnu majitele časopisu Playboy:

„Česká mutace světoznámého pánského magazínu Playboy změní majitele. Podle informací serveru iDnes.cz požádal tuzemský vlastník licence, společnost Axel Springer (AS), o její ukončení. Poslední číslo z tohoto domu by mělo vyjít v září. Další číslo do trafik dodá údajně jeho současný šéfredaktor Vladimír Olexa, za kterým podle informací serveru stojí dva neznámí investoři.

V září by podle agentury OMD měla změnit majitele také česká verze Playboye. "Axel Springer požádal o ukončení licence, protože koncepce tohoto časopisu a jeho další vydávání nezapadá do dlouhodobé koncepce koncernu AS na českém trhu," řekl serveru šéf společnosti Ivan Ševčík. K důvodům se nevyjádřil, neoficiálně se ale mluví o klesajícím zájmu čtenářů a inzerentů, uvedl server.

Na možnou změnu upozornil koncem června týdeník Marketing & Media, který napsal, že novým vydavatelem Playboye bude společnost Playpress, jejímž jednatelem je nynější šéfredaktor časopisu Olexa. Dosavadní vydavatel tuto informaci potvrdit nechce. Ševčík serveru řekl, že o tom nemá žádné informace. "V této záležitosti kontaktujte majitele licence časopisu Playboy," uvedl.⁶³

„Důvodem je situace na světovém trhu, Axel Springer odchází z trhu, zužuje svoje portfolio, některé časopisy redukuje, některé ruší úplně. Já usiluji o licenci na časopis Playboy dlouhodobě, teď jsem využil příznivých okolností. Zítra jdeme podepisovat smlouvu s majiteli americké licence a od září už bude vycházet časopis v novém kabátě," řekl on-line deníku tyden.cz Vladimír Olexa. Časopisu podle šéfredaktora, jednatele společnosti Playpress a vydavatele v jedné osobě, odchod od mediálního kolosu prospěje. „Chci, aby byl časopis pružnější, modernější, s novou grafikou a zaměřením na mladší cílovou skupinu." Ta by se podle Olexy měla změnit ze skupiny 25 – 40 na 25 – 33 let. Olexa, který řídí redakci měsíčníku Playboy od března 2006, kdy časopis prošel výrazným relaunchem, si do nového vydavatelství odvádí většinu svého týmu. „Budu tlačit na kvalitu textu a fotografií a větší počet původních zpráv," slibuje Olexa. Změny by se měly týkat i rozsahu, který ze má vrátit

⁶³ <http://mam.ihned.cz/cl-37719980-idnes-cesky-playboy-bude-vydavat-jeho-sefredaktor-olexa>

ze současných 104 stran na 120 až 150. Náklad časopisu by se měl zvýšit z 15 na 20 tisíc, vydavatelství se chce zaměřit zejména na nové předplatitele.⁶⁴

V úvodníku prvního čísla časopisu Playboy se šéfredaktor a vydavatel v jedné osobě vyjadřuje ke změnám:

„...Naskakuje mi husí kůže pokaždé, když slyším nebo čtu výraz „česká mutace Playboye“ . Jako kdybychom byli nějakým třínadrovým mutantem z filmu Total Recall. Zní to tak, jako když jednou za měsíc necháme přeložit amerického Playboye a pak jej vydáváme za český časopis. Ve skutečnosti přebíráme z původní americké verze absolutní minimum – a to ještě musí být nějaký skvělý kousek v podobě špičkového rozhovoru anebo fotoseriálu. Zahraniční materiály nám připravuje na exkluzivní zakázku skupinka renomovaných autorů speciálně pro naše čtenáře. Vše ostatní pochází z dílny našich autorů a fotografů. Nicméně jsme se rozhodli přitvrdit český prvek i v této oblasti. V portrétech i fotoseriálech vám budeme nabízet ještě víc českých celebrit. Těch veleznamých i těch začínajících. A pokud vám na výsost atraktivní fotografie sexy Alice Bendové nepřipadají dostatečně svlečené, můžete si u jejich prohlížení pustit film Báječná léta pod psa, kde byla Alice o něco odváznější (i když mnohem méně známá). S prvním číslem Playboye od nového vydavatele, které držíte v ruce, přichází – kromě nové grafiky a nových rubrik – řada dalších změn. Tou nejdůležitější je spuštění webových stránek www.playpress.cz, kde najdete mimo jiné informace o akcích, které pořádáme, různé soutěže, vyhlašování castingů pro čerstvě založený Playboyteam i fotografie a materiály, které se nám do časopisu nevejdou....⁶⁵

8 Současné postavení společnosti Playboy Enterprises, Inc.

Playboy, který se léta pokouší o rozvoj online byznysu, má problémy. Nezachránily to ani snahy Playboye vydat se ve šlápějích Facebooku, se svou komunikační sítí PlayboyU.com. Jak vyplynulo z konferenčního hovoru Playboye s analytiky, firma za rok 2008 vykázala ztrátu 157,2 milionu dolarů. Přitom ještě na konci roku 2007 se Playboy mohl pochlubit čistými výnosy 4,9 milionu dolarů. Proč zisky Playboye začaly klesat, vysvětlovala Christie Hefner následovně.

⁶⁴ http://www.tyden.cz/rubriky/media/tisk/playboy-opousti-axel-springer-praha_126890.html
⁶⁵ OLEXA, Vlado. *Playboy Česká republika*, říjen 2009, s. 1

„Pokles online/mobilních příjmů ve druhém čtvrtletí ve srovnání s rokem 2007 byl z velké části díky strategickému rozhodnutí licencovat naše e-commerce a katalogové operace, ShopTheBunny.com a PlayboyStore.com.“

„Otázkou ovšem je, zda problém vězí v samotném rozhodnutí těžit ze značky (která podle Hefnerové nezažila větší slávu než právě v roce 2007), jako spíše v exekuci. Ostatně Hefnerová, která je dcerou vlastníka Playboye Hughá Hefnera v prosinci ze své pozice odstoupila. Možná by právě zdroje příjmů mimo tradiční kanály adult firem jako předplatné, prodej DVD a video on demand Playboyi jen prospěly,“ spekuluje se na mediálním a marketingovém portálu www.buzzmag.cz.

V listopadu 2009 se v médiích objevily zprávy o prodeji společnosti Playboy Enterprises, Inc. Jako první v České republice přešel s touto novinkou časopis Marketing a Media.

„Populární pánský časopis Playboy možná brzy změní majitele. Společnost Playboy Enterprises, která magazín vydává, vyjednává o svém prodeji hned se dvěma zájemci. Kupní cena by se mohla vyšplhat až na 300 milionů dolarů. O koupi vydavatelství má podle agentury Reuters zájem bývalý šéf společnosti Jim Griffiths a společnost soukromého kapitálu Golden Gate Capital. Ti jsou ochotni zaplatit za Playboy 200 až 300 milionů dolarů (až 5,15 miliard korun). Kromě nich se o Playboy zajímá i společnost Iconix, která vlastní například oděvní značky Candie's a London Fog. Cílem Iconixu je podělit se o Playboy Enterprises s nakladatelskou společností, která by koupila samotný časopis, a Iconix by kontroloval tu část skupiny, která poskytuje licence ke značce Playboy.“

Oficiální tiskové prohlášení Playboy Enterprises, Inc. k finančnímu stavu společnosti v roce 2008:

8.1 PLAYBOY ENTERPRISES, INC. - REPORTS FOURTH – QUARTER AND FULL-YEAR RESULTS

Fourth Quarter Segment Income Up Over Prior Year

Restructuring and Impairment Charges Reflected in Net Loss

CHICAGO, Wednesday, February 18, 2009 – Playboy Enterprises, Inc. (PEI) (NYSE: PLA, PLAA) today reported a net loss for the 2008 fourth quarter ended Dec. 31 of \$145.7 million, or \$4.37 per basic and diluted share, which included impairment, restructuring and other

charges totaling \$157.2 million. This compares to a net loss in the 2007 fourth quarter of \$1.1 million, or \$0.03 per share, which included a \$1.9 million charge primarily related to the sale of the company's television studio and a \$2.6 million tax benefit.

Fourth quarter 2008 segment income was \$1.1 million versus \$0.0 million in the prior year quarter. The improvement reflected higher Entertainment profits and reduced Corporate Administration and Promotion expense, partially offset by lower Licensing profits resulting from weak consumer demand globally. Revenues declined to \$69.8 million from \$85.9 million in the 2007 fourth quarter, in part related to the television studio sale and the outsourcing of the company's e-commerce business.

PEI Interim Chairman and Chief Executive Officer Jerome Kern said: "Playboy continues to enjoy a unique, globally popular brand. However, our financial performance is not reflective of its potential. Over the past several months, the company has accelerated the pace of expense reductions designed to bring our cost structure in line with current market realities and the positioning of our businesses going forward. The results of our efforts to date should be meaningful, but in the face of current economic conditions, it is clear that our streamlining initiatives need to continue."

"At the same time, we are focused on profitable revenue growth," Kern said. "We believe that our licensing business will continue to be a long-term growth engine for the company, in spite of the pressure on consumer spending that affected fourth quarter results. We also have signed two entertainment venue deals, one of which could open even before Playboy Mansion Macau is completed next year. The difficult economic environment makes growing media revenues even more challenging, but we are committed to implementing global business models that effectively monetize our content."

"With a disciplined operating approach and the worldwide appeal of the brand, we believe we can exit the downturn in a position of renewed strength and return this company to profitability," Kern said.

8.1.1 Entertainment

Fourth quarter 2008 Entertainment Group segment income doubled to \$5.0 million compared to the prior year period, due in part to improved profitability in the company's domestic TV business. Revenues in the same time periods declined 21% to \$39.9 million.

Strong fourth quarter growth in Playboy TV and video-on-demand revenues partially offset the continuing decline in linear networks' buy rates and the loss of revenues resulting from the sale of the company's television studio in the 2008 second quarter. Although domestic TV revenues were \$16.7 million, essentially flat compared to the 2007 fourth quarter, profitability increased.

International TV recorded fourth quarter 2008 revenues of \$9.9 million, down from \$14.1 million in the prior year period, primarily due to unfavorable foreign exchange rates and increased competition, primarily in the U.K. Online/mobile revenues were off 41% year over year to \$10.7 million in the 2008 fourth quarter, reflecting the outsourcing of e-commerce as well as reduced pay-site traffic and lower advertising sales.

Other revenues rose in the quarter as licensing fees from "The Girls Next Door" and a Fox Searchlight movie project were partially offset by lower revenues from DVDs, a business the company recently announced that it is exiting.

8.1.2 Publishing

The Publishing Group reported a \$1.2 million segment loss in the 2008 fourth quarter, a 17% improvement compared with the prior year's fourth quarter loss of \$1.5 million. Revenues were down 11% to \$22.0 million year over year, primarily due to lower advertising and circulation revenues at *Playboy* magazine. Ongoing efforts to reduce the magazine's cost structure resulted in lower sales and marketing expense in the 2008 fourth quarter versus the prior year and helped offset the revenue decline. The company said that it expects to report an approximately 27% decline in advertising revenues in the first quarter 2009 compared to first quarter 2008.

8.1.3 Licensing

Segment income for the Licensing Group was \$4.3 million in the 2008 fourth quarter, down from \$6.9 million in the 2007 fourth quarter. Fourth quarter revenues also were down by \$2.6 million, declining to \$7.9 million in 2008 from \$10.5 million in 2007. The downturn in fourth quarter 2008 revenues and income reflected the global weakness in spending on apparel and accessories and the resulting reduction in royalty payments from licensees.

8.1.4 Corporate Administration and Other

Corporate Administration and Promotion expense improved by \$0.9 million in the 2008 fourth quarter to \$7.0 million from \$7.9 million in the prior year period primarily due to lower compensation-related and other benefits expense.

As previously announced, the company recorded a \$4.0 million restructuring charge in the 2008 fourth quarter as well as non-cash impairment charges on goodwill and other intangible assets of \$146.4 million, which were primarily related to television acquisitions the company made in the late 1990s. The company also reported a \$4.8 million deferred subscription cost write-off. Primarily as a result of these charges, the company recorded a fourth quarter 2008 tax benefit of \$13.4 million.

PEI also said that it expects to take additional charges in 2009, including a non-cash impairment charge of approximately \$5.0 million in the first quarter. In addition, in the first half of 2009, the company expects to record an approximately \$9.0 million charge relating to the close of the New York office, roughly half of which will be non-cash, and an additional restructuring charge of at least \$2.0 million.

9 Závěr

Ve své práci jsem se pokusila zmapovat historii a vývoj nejen časopisu Playboy ve Spojených státech amerických a ve světě, ale také dalšího podnikání společnosti Playboy Enterprises, Inc. Ta se kromě vydávání časopisu zabývá provozováním dalších médií jako Playboy rádio, televize, webových stránek nebo mobilní sítě. Přiblížila jsem vývoj časopisů pro muže obecně. Informace jsem čerpala hlavně z amerických dějin a literatury o časopisech pro muže. Velkým dílem mi pomohli američtí i čeští kolegové z redakcí časopisu Playboy, kteří přispívali svými paměťmi a příhodami ze zaměstnání. Rovněž jsem se snažila nalézt informace na internetu, kde je možnost získat spíše bulvární zprávy o časopisu. Historii jsem se snažila zmapovat chronologicky.

10 Použitá literatura

- TINDALL, George Brown. *Dějiny Spojených států amerických*. Praha : Lidové noviny, 2000
- HANSON, Dian. *History of Men's Magazines Vol. I – From 1900 to Post WW II*, Köln : Taschen 2005.
- HANSON, Dian. *History of Men's Magazines Vol. II – From Post-War to 1959*, Köln : Taschen 2005.
- PETERSEN, James R. *Století sexu: Dějiny sexuální revoluce časopisu Playboy*. Vyd. 1. Praha : BB Art, 2003
- McQUAIL, Dennis. *Úvod do teorie masové komunikace*, Portál 2007
- JOHNSON, Paul. *Dějiny amerického národa*, Praha : Academia, 2000
- PURVIS, Thomas. *Encyklopedie dějin USA*, 2000
- BENWELL, Bethan. *Masculinity and men's lifestyle magazines*, Oxford : Blackwell Publishers 2003
- KÖPPOVÁ, Barbara. *Dějiny světové žurnalistiky I*, Praha : Novinář 1989
- PEMBER, Don R. *Mass Media in America*, Science Research Associates, 1987
- BAGDIKIAN, Ben H. *Media Monopoly*, Beacon Press : 5th edition 1997
- INTERNATIONAL CENTER FOR JOURNALIST, *A Brief Profile of American Press*,
- TURNER, Alice K. *Playboy Stories: Nejlepší povídky za 40 let trvání časopisu Playboy*, 1. vyd. Plzeň : Mustang, 1996
- ŘEHOŘ, Jan, *Povídky z Playboye 1, 2*, 1.vyd. Praha : Akropolis, 1997

Přílohy:

Vznik zahraničních redakcí časopisu Playboy

Nyní se redakce časopisu nacházejí ve 28 zemích světa:

země	vydáváno od do
Argentina	1985 – 1995 a od 2006
Brazílie	1975
Bulharsko	2002
Česká republika	1991
Chorvatsko	1997
Estonsko	2007
Filipíny	2008
Francie	1973
Gruzie	2007
Itálie	1972 – 2003 a od 2008
Japonsko	1975
Kolumbie	2008
Litva	2008
Maďarsko	1989 – 1993 a od 1999
Mexico	1976 – 1998 a od 2002
Německo	1972
Nizozemí	1983
Polsko	1992
Portugalsko	2009
Rumunsko	1999
Rusko	1995
Řecko	1985
Slovensko	1994 – 2002 a od 2005
Slovinsko	2001
Srbsko	2004
Španělsko	1978
Ukrajina	2005

Venezuela	2006
-----------	------

Zahraníční redakce, které již zanikly

země	vydáváno od do
Austrálie	1972 - 2000
Hongkong	1986 - 1993
Indonésie	2006 - 2007
Norsko	1998 - 1999
Jižní Afrika	1993 - 1996
Švédsko	1998 - 1999
Tchaj-wan	1990 - 2003
Turecko	1986 - 1996

Přibližně 5 milionů dospělých čte zahraniční edice Playboye každý měsíc, což zvyšuje celkovou čtenost časopisu po celém světě na cca 15 milionů čtenářů.

Přehled vydavatelů časopisu Playboy v České republice

Datum	vydavatel, publisher
05/1991 – 10/1992	VIPress, Vladimír Tichý
11/1992 – 02/1995	VIPress, Jana Wagenhofer
Dva měsíce nucená pauza vydávání časopisu Playboy. VIPress ukončilo vydávání. Obnova nastala v květnu 1995, kdy od Playboy Enterprises, Inc. získává licenci vydavatelství Millennium, s. r. o.	
05/1995 – 12/1999	Millennium, Petr Svoboda
01/2000 – 07/2002	Millennium
08/2002 – 09/2009	Axel Springer Praha, a. s.
10/2009 – současnost	Playpress s. r. o.

Ověřování nákladů tisku

Tištěný a prodaný náklad časopisu Playboy se začal oficiálně počítat až od ledna 2005. Od srpna 2008 bylo sledování nákladu, prodeje a čtenosti opět ukončeno.

rok	TN	PN	rok	TN	PN	Rok	TN	PN	rok	TN	PN
01/2005	19240	13995	01/2006	20020	10485	01/2007	23110	16243	01/2008	19110	12167
02/2005	18300	9097	02/2006	18500	7310	02/2007	20190	11737	02/2008	17060	8113
03/2005	17770	8775	03/2006	17980	7522	03/2007	22590	10157	03/2008	17020	7611
04/2005	23480	18015	04/2006	32750	14367	04/2007	19760	9358	04/2008	17030	7642
05/2005	18460	10255	05/2006	24300	11262	05/2007	18500	9089	05/2008	17080	7483
06/2005	19110	9041	06/2006	20000	8760	06/2007	20500	12150	06/2008	17440	8281
07/2005	19210	8829	07/2006	25840	14924	07/2007	20020	11506	07/2008	19900	10290
08/2005	17120	9867	08/2006	20230	10062	08/2007	20010	11104	08/2008	–	–
09/2005	17150	9729	09/2006	18117	11505	09/2007	20270	12337	09/2008	–	–
10/2005	17190	7646	10/2006	19660	8894	10/2007	20000	11705	10/2008	–	–
11/2005	17000	8092	11/2006	19750	11450	11/2007	19870	8786	11/2008	–	–
12/2005	18730	7159	12/2006	20000	10690	12/2007	20000	10795	12/2008	–	–

Zdroj: ABC

TN.....tištěný náklad

PN.....prodaný náklad

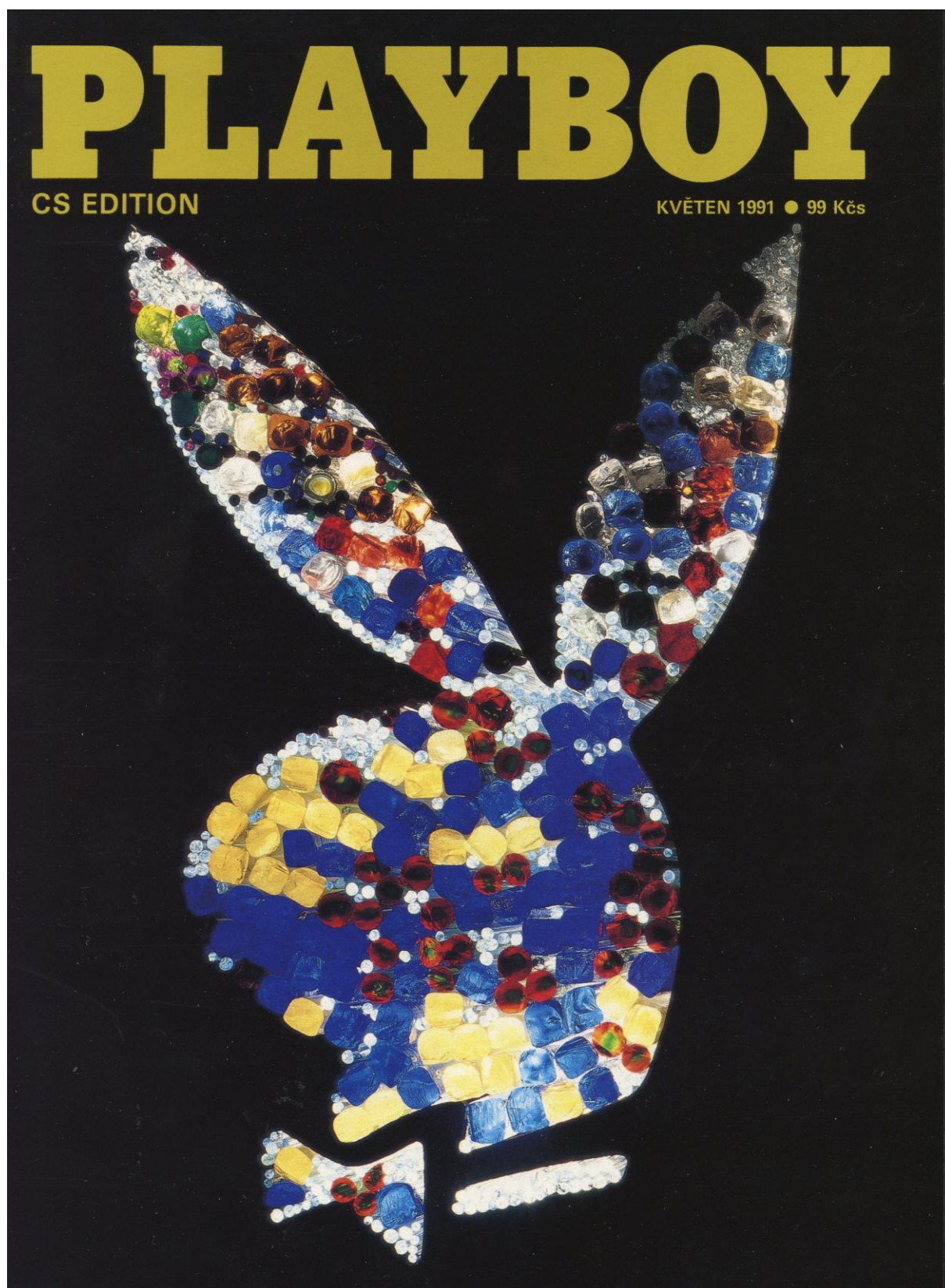
Za období leden 2008 – prosinec 2008 činí průměrná měsíční čtenost 81 000 a průměrný prodaný náklad 8792.

Struktura čtenářů časopisu Playboy podle ekonomické aktivity:

řadový zaměstnanec	60%
vedoucí zaměstnanec	6,5%
podnikatel	6,5%
student, žák, učeň	12%
nepracující důchodce	5%
ostatní	10%

Zdroj: Mediaprojekt, 2005

Playboy, Československo, květen 1991





PLAYBOY

CS EDITION

ČERVEN 1991 • 99 Kčs

AUDIENCE

U PAVLA
LANDOVSKÉHO

PLAYBOY
INTERVIEW:

TOM CRUISE

FOTOGRAF
RO(C)KU

JAMES
BOND
SE VRACÍ

WOODY
ALLEN
VERSUS
CIVILIZACE

HISTORIE
ŠEDESÁTÝCH
LET

MUŽ
Z PAŘÍŽE

ELEGANTNÍ
JOAN

PRODAVAČ
ROZKOŠE
VLADIMÍR
PÁRAL

SEVERANCE
- TV HVĚZDA
NA VZESTUPU



PLAYBOY

ČASOPIS ŽIVOTNÍHO STYLU LISTOPAD 2001 • 99 Kč

INTERVIEW
Lukáš Pollert
BYL ZLOBIVÉ DÍTĚ
NAŠEHO SPORTU

20 OTÁZEK
JON BON JOVI
V SOBĚ NEMÁ BĚSY

MINIVOZY
V OFENZÍVĚ

70 LET
HAZARDU
V LAS VEGAS

NICOLE KIDMAN
V ROCE JEDNA

Z COOKOVÝCH
OSTROVŮ
DÝCHÁ POHODA

ZPĚVAČKA
Belinda Carlisle
JEN TAK!

Je Lucie českou M.M.?

Ivan Langer
NIKDY NEUHÝBÁ

9 770862 37004 11

The image shows the cover of Playboy magazine from March 2003. The background is a dark blue-grey color. A large, close-up portrait of Tia Carrere with long, wavy dark hair is the central focus. She is looking directly at the camera with a neutral expression. The magazine title 'PLAYBOY' is printed in large, bold, yellow capital letters at the top. Below the title, the website 'www.playboy.com' is on the left and the issue information 'BŘEZEN 2003 / 99 Kč' is on the right. On the left side, there are several article teasers in yellow and red text. At the bottom, there is a barcode on the left and a large yellow text block on the right that reads 'Uhrančivá, havajská, krásná černovláška Tia Carrere'.

PLAYBOY

www.playboy.com

BŘEZEN 2003 / 99 Kč

✦ **20 OTÁZEK**
Hugh Grant
Polibky Sandry Bullock
mě silně vzrušovaly

✦ **DOVOLENÁ**
Moorea volá...
...místo, o kterém se říká,
že zde bydlí sny

✦ **INTERVIEW**
Kristian Kodet
„Já prostě nemůžu
nechat ženské na pokoji.“

✦ **FORMULE 1**
Hon začíná!

- * Kdo dostane Schumiho?
- * To nejdůležitější
o začátku sezony 2003
- * Nejhezčí dívky z boxů

Uhrančivá, havajská,
krásná
Tia Carrere

9 770862 37004 3



PLAYBOY

www.playboy.com

PROSINEC / LEDEN (12-01) 2009 / 2010 • 99 Kč

INTERVIEW
ALEC BALDWIN
už má herectví
plné zuby

TÉMA
**CHRAŇTE SI SVŮJ
KYBERPROSTOR**

CESTY
**REPUBLIKA
VOLNÁ
LÁSKA**

HITPARÁDA
**MAFIÁNI
V OFSAJDU**

SEX
**PROČ MUŽI
MILUJÍ ORÁL**

**DÍVKY
Z TROPICANY**
nejsladší křivky
Havany




9 177086 91937004

SIMONA KRAINOVÁ

Své tělo má ráda a je to vidět!

Playboy, USA, prosinec 1953





ENTERTAINMENT FOR MEN

U.S. & CAN. 7/68 SW KR 6:30 INKI OMS
AUGUST 1968 • 75 CENTS

PLAYBOY

AN INTERVIEW WITH
YALE'S ANTIDRAFT
CHAPLAIN WILLIAM
SLOANE COFFIN

EIGHT PAGES OF
DETROIT DREAM CARS

CARROLL BAKER IN
HER STEAMIEST
MOVIE SEQUENCE YET

PLUS KEN W. PURDY
JOSEPH WECHSBERG
WILLIAM IVERSEN
SHEL SILVERSTEIN

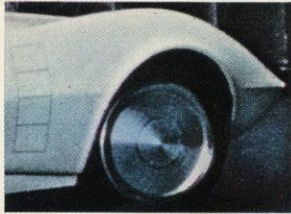
PLAYBOY



CONTENTS FOR THE MEN'S ENTERTAINMENT MAGAZINE



Thinkers P. 100



Dreams P. 60



Blowout P. 106



Gutsmut P. 70

GENERAL OFFICES: PLAYBOY BUILDING, 919 N. MICHIGAN AVE., CHICAGO, ILLINOIS 60611. RETURN POSTAGE MUST ACCOMPANY ALL MANUSCRIPTS. DRAWINGS AND PHOTOGRAPHS SUBMITTED IF THEY ARE TO BE RETURNED AND NO RESPONSIBILITY CAN BE ASSUMED FOR UNSOLICITED MATERIALS. CONTENTS COPYRIGHTED © 1968 BY HMM PUBLISHING CO. INC. ALL RIGHTS RESERVED. NOTHING MAY BE REPRINTED IN WHOLE OR IN PART WITHOUT WRITTEN PERMISSION FROM THE PUBLISHER. ANY SIMILARITY BETWEEN THE PEOPLE AND PLACES IN THE FICTION AND SEMIFICTION IN THIS MAGAZINE AND ANY REAL PEOPLE AND PLACES IS PURELY COINCIDENTAL. CREDITS: COVER: MODEL AINO KORVA, PHOTOGRAPHY BY MARIO CASILLI. OTHER PHOTOGRAPHY BY: GENE ANTHONY, P. 3; BILL ARSENAULT, P. 100; PETER BASCH, P. 103; DAVID CHAN, P. 130; GLAUCO CORTINI, P. 116, 117; MARVIN KONER, P. 131; JAMES MAHAN, P. 3; STAN MALINOWSKI, P. 3, 57; LARRY MOYER, P. 73-76; MARVIN NEWMAN, P. 131; POMPEO POSAR, P. 91, 103; VERN SMITH, P. 3 (2), 45; ALEXAS URBA, P. 3 (3), 79, 115; JERRY YULSMAN, P. 103 (2). APPAREL P. 60-67 COURTESY OF FRANKLIN BOBER/CLINTON SWAN, OLEG CASSINI, GEORGES KAPLAN FURS, JOHN KLOSS, P. J. BOUTIQUE; WIGS P. 106-111 BY ITAL HAIR, PHOTOGRAPHED AT THE AMERICANA.

PLAYBOY, AUGUST, 1968, VOL. 15, NO. 8. PUBLISHED MONTHLY BY HMM PUBLISHING CO. INC., IN NATIONAL AND REGIONAL EDITIONS. PLAYBOY BUILDING, 919 N. MICHIGAN AVE., CHICAGO, ILL. 60611. SECOND CLASS POSTAGE PAID AT CHICAGO, ILL., AND AT ADDITIONAL MAILING OFFICES. SUBSCRIPTIONS: IN THE U. S., \$9 FOR ONE YEAR.

PLAYBILL.....	3
DEAR PLAYBOY.....	9
PLAYBOY AFTER HOURS.....	19
THE PLAYBOY ADVISOR.....	33
THE PLAYBOY FORUM.....	37
PLAYBOY INTERVIEW: WILLIAM SLOANE COFFIN—candid conversation.....	45
THE YOUNG MAN WHO READ BRILLIANT BOOKS—fiction.....STEPHEN DIXON	56
DREAM CARS—modern living.....	60
THE GUTSMUT GAME—article.....WILLIAM IVERSEN	70
MORE SILVERSTEIN AMONG THE HIPPIES—humor.....SHEL SILVERSTEIN	72
BANKING BY THE NUMBERS—article.....JOSEPH WECHSBERG	79
STAR-SPANGLED AND STARRY-EYED—playboy's playmate of the month.....	80
PLAYBOY'S PARTY JOKES—humor.....	88
SUPERSHIRT!—attire.....ROBERT L. GREEN	91
THE ANTINE BAY MAGENTA—fiction.....KEN W. PURDY	95
CLEARLY CONTEMPORARY—accouterments.....	96
DEEP THINKERS—article.....FREDRIC C. APPEL	100
EXPLORING A NEW CITY—travel.....LEN DEIGHTON	103
THE TROUBLE WITH MACHINES—fiction.....RON GOULART	105
BLOWOUT—satire.....HARVEY KURTZMAN	106
DONE WITH MIRRORS—ribald classic.....	113
HANG ONE ON—accouterments.....	115
WET AND WILD—pictorial.....	116
ON THE SCENE—personalities.....	130

HUGH M. HEFNER *editor and publisher*

A. C. SPECTORSKY *associate publisher and editorial director*

ARTHUR PAUL *art director*

JACK J. KESSIE *managing editor*

VINCENT T. TAJIRI *picture editor*

SHELDON WAX *assistant managing editor*; MURRAY FISHER, MICHAEL LAURENCE, NAI LEHRMAN *senior editors*; ROBIE MACAULEY *fiction editor*; JAMES GOODE *articles editor*; ARTHUR KRETCHMER *associate articles editor*; TOM OWEN *modern living editor*; DAVID BUTLER, HENRY FENWICK, LAWRENCE LINDERMAN, ROBERT J. SHEA, DAVID STEVENS, ROBERT ANTON WILSON *associate editors*; ROBERT L. GREEN *fashion director*; DAVID TAYLOR *fashion editor*; LEN DEIGHTON *travel editor*; REGINALD POTTERTON *travel reporter*; THOMAS MARIO *food & drink editor*; J. PAUL GETTY *contributing editor, business & finance*; ARLENE BOURAS *copy chief*; KEN W. PURDY, KENNETH TYNAN *contributing editors*; RICHARD KOFF *administrative editor*; DURANT IMBODEN, ALAN RAVAGE, DAVID STANDISH, ROGER WIDENER, RAY WILLIAMS *assistant editors*; BEV CHAMBERLAIN *associate picture editor*; MARILYN GRABOWSKI, TOM SALLING *assistant picture editors*; MARIO CASILLI, DAVID CHAN, DWIGHT HOOKER, POMPEO POSAR, ALEXAS URBA *staff photographers*; RONALD BLUME *associate art director*; NORM SCHAEFFER, BOB POST, GEORGE KENTON, KERIG POPE, ALFRED ZELGER, TOM STAEBLER, JOSEPH PACZEK *assistant art directors*; WALTER KRADENYCH, LEN WILLIS, BOBBIE SHORTLIDGE *art assistants*; MICHELLE ALTMAN *assistant cartoon editor*; JOHN MASTRO *production manager*; ALLEN VARGO *assistant production manager*; PAT PAPPAS *rights and permissions* • HOWARD W. LEDERER *advertising director*; JULES KASE, JOSEPH GUENTHER *associate advertising managers*; SHERMAN KEATS *chicago advertising manager*; ROBERT A. MCKENZIE *detroit advertising manager*; NELSON FUTCH *promotion director*; HELMUT LORSCH *publicity manager*; BENNY DUNN *public relations manager*; ANSON MOUNT *public affairs manager*; THEO FREDERICK *personnel director*; JANET PILGRIM *reader service*; ALVIN WIEMOLD *subscription manager*; ELDON SELLERS *special projects*; ROBERT S. PREUSS *business manager and circulation director*.



MASSIVE DOUBLE ISSUE

PLAYBOY

ENTERTAINMENT WEEKLY JANUARY/FEBRUARY 2010

HOLIDAY ANNIVERSARY ISSUE

THE NOTORIOUS TARA REID

WILL SELF LOVES KATE MOSS

YOU WON'T BELIEVE OUR YEAR IN SEX

WHY WE LOVE THE 60s

BOND! BARDOT! BEATLES!

CUBA LIBRE

A PLAYBOY GUIDE TO FORBIDDEN TRAVEL

NEW FICTION BY DENNIS LEHANE

BIRTH OF THE MOB

THE INTERVIEW SEAN COMBS

\$6.99

0 30095 35270 8 0 2 >

PLAYBOY EN EUROPA, CRÓNICAS DE LA CRISIS: NO SÉ SI ES BAIRES O MADRID

PLAYBOY

#44
PRECIO EN CAPITAL,
FEDERAL Y GBA \$ 11,90.
RECARGO ENVIO
AL INTERIOR \$ 0,30.
URUGUAY \$ 139.
CHILE \$ 2.900. RECARGO
\$ 300 REG. I, II, XI, XII.

**DOBLE
PLACER**
LAS NOVIAS
DE HEFNER
Y OTRAS
PLAYMATES
MELLIZAS

LIFESTYLE
+ TOP 10
VIDEOGAMES
+ AUTOS:
PAGANI CINQUE,
PURO DISEÑO
ARGENTINO

**ENTREVISTA
CARLOS
ÁVILA**
¿EL MACRI
DE RIVER?

**20 PREGUNTAS
PEDRO
SABORIDO**
"EL HUMOR
DE PETER
CAPUSOTTO ES
TRASVERSAL"

**CINTHIA
FERNANDEZ**
JUGATE CONMIGO



ISSN 0126-4960 00044
9 770328 436003



PLAYBOY

alles, was männern spaß macht www.playboy.de

Serienmörder Pommerenke
WARUM DER PFARRER IHN LIEBTE WIE EINEN BRUDER

Schuften für die Scheichs
DIE SKLAVEN VON DUBAI

Er säuft, ist vulgär & asozial,
aber er schläft mit mehr Frauen als jeder andere – die unglaubliche Story von TUCKER MAX

Affentheater Hollywood
EIN INSIDER PACKT AUS

INTERVIEWS
MICKEY ROURKE
„Ich ernährte mich bloß noch von Abgasen“

TOM TYKWER
„Ich finde Daniel Craigs Bond ekelhaft“

Melanie Marschke
Die schöne Kommissarin aus dem ZDF-Quotenhit „SOKO LEIPZIG“

4 190679 304908 03

ENTERTAINMENT FOR MEN

PLAYBOY

1
No. 408
January 2009

[ビクトリアル] 完全保存版40ページ
セレブリティからロシア美少女まで

PLAYBOYヌード 傑作選



33
Years of
PLAYBOY
JAPAN

ツインピープル55歳未満19年1月1日発行 発行人 徳木重人 編集人 田中知三 発行所 集英社 〒101-8360 東京都千代田区一ツ橋2-5-10 編集部03-5211-2630 販売部03-3220-6393 読者課03-3220-7755

定価1000円 本体952円 雑誌 07717-01



4910077170192 00952 ©Shueisha 2008
Printed in Japan



PLAYBOY

MAY 2009 PHILIPPINES

Facets of Greatness
FIVE FILIPINOS YOU NEED TO KNOW ABOUT

7,107 Ways to Room
OUR NATION'S DESTINATIONS

Ace Durano
20 QUESTIONS

Lines of Luxury
KENNETH COBUNPUE: INDIGENOUSLY INSPIRED

The Heroes of Arnis
THE FILIPINO FIGHTING DISCIPLINE

PLAYMATE OF THE MONTH
SUAN JAVINEZ

GOODBYE GIRLS
THE GIRLS NEXT DOOR IN THEIR LAST PLAYBOY PICTORIAL

INTERVIEW
SETH ROGEN

Aiza Marquez
PORTRAIT OF A FILIPINA

18
AND ABOVE

www.playboyph.com
ISSN 2012-0261
9 772012 026006

P199.00

MĘSKI PUNKT WIDZENIA

NR 09 [201] WRZESIEŃ 2009

PLAYBOY

**CZEGO PRAGNA
KOBIECY**
**Zbigniew
Lew-Starowicz**
WYWIAD

**STOPY, KREW
I KASETY
WIDEO**
**Quentin
Tarantino**
PROFIL

**Strażacy
w akcji**
NA WŁASNE OCZY

**MEŻCZYŹNI
SĄ UPRZĘDZENI
DO PIĘKNYCH
Kobiet**

**Monica
Bellucci**
30 PYTAŃ

**ŻEGLARSTWO
TO SZACHY
NA WODZIE**
**Karol
Jabłoński**
ROZMOWA

**Najgroźniejsze
pogranicze**
PAKISTAN-AFGANISTAN

**Kasia
Danysz**
Playmate Roku

ISSN 1230-2724

cena 11,99 zł (w tym 7% VAT)

09

9 771230 272901

ЛЕГЕНДАРНЫЙ МУЖСКОЙ ЖУРНАЛ

PLAYBOY®

СУПЕРЦЕНА 11,95 ГРН* ЯНВАРЬ 2009

55 СЛАВНЫХ ЛЕТ

*Лучшие playmate
мира навестили
Хью Хефнера
в канун
юбилея
издания*

КОЛЛЕКЦИОННЫЙ НОМЕР

PLAYBOY UKRAINE
01
Рекомендованная цена
4 820020 630243
ДП «Бурда-Україна»
www.burda.ua

ВСЕ В ОТЦА: МАРСТОН И КУПЕР ХЕФНЕРЫ • ИНТЕРНАЦИОНАЛ: ДВАДЦАТЬ ГЛАВРЕДОВ ПЛАУВОУ

The image shows the cover of the January 2009 issue of Playboy magazine in Ukraine. The cover features a group of nude models and Hugh Hefner. One model in the center is wearing a teal robe. A white cockatoo is perched on Hefner's shoulder. The background is a dark, outdoor setting with a building. The text is in Russian and Ukrainian. A red banner at the bottom contains the headline. A barcode and price information are on the right side.