

**Univerzita Pardubice
Filozofická fakulta**

Časopis Rock&Pop na pozadí současné české hudební publicistiky

Vladimíra Ježková

**Bakalářská práce
2009**

zadání

zadání

Prohlášení

Tuto práci jsem vypracovala samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využila, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byla jsem seznámena s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v Univerzitní knihovně.

V Pardubicích dne 26.3.2009

Vladimíra Ježková

Poděkování

Na tomto místě bych chtěla poděkovat především vedoucímu práce Mgr. Jiřímu Studenému za jeho podnětné připomínky a odborné rady.

Abstrakt

Současná hudební publicistika je rozvětvena do několika částí. Už to nejsou jenom hudební časopisy, které nás jako jediné dříve zpravovaly o novinkách z hudebního světa. Dnes se s hudební publicistikou setkáváme v rádiích, televizi a hlavně na internetu. Zajímalo mě, jak si stojí současná legenda mezi hudebními časopisy – časopis Rock&Pop.

Práce obsahuje vymezení pojmů hudební publicistika, hudební časopis a hudební kritik. Dále následuje vývoj hudební publicistiky až k dnešnímu stavu, kdy tištěná hudební periodika bojují s konkurencí na internetu, v televizi či v rádiích. Na pozadí všech těchto hudebně-publicistických svárů je umístěn časopis Rock&Pop. Dále práce mapuje historii tohoto časopisu od prvního čísla až do února 2009. Podrobný popis jednotlivých rubrik časopisu dává ucelený přehled o jeho současné podobě. Poslední část práce obsahuje přehled současných tištěných hudebních periodik.

Klíčová slova: Hudební publicistika, hudební časopis, hudební publicista, Rock&Pop, Melodie, Filter

Summary

The contemporary musical opinion journalism is furcated into the different part. There are not only musical magazines which gave us notices of musical news. Today we meet musical opinion journalism in radios, televisions and especially on the internet. I am interested in musical magazines Rock&Pop. That's why I wanted to know what is its position among the others musical magazines.

The work contains circumscriptions of the words musical opinion journalism, musical magazines and musical reviewer. Thereinafter is this work focused on the progress of the musical journalism opinion till the contemporaneousness when printed musical magazines struggle with musical televisions and online musical servers. The musical magazines Rock&Pop is on the background of all these struggles. The work detects history of this musical magazines from the first publication till the publication of February 2009. Detailed description of its column gives the conception of this magazine. The last chapter of the work contains contemporary printed musical magazines survey.

Key words: Musical opinion journalism, musical magazine, musical reviewer, Rock&Pop, Melodie, Filter

Obsah

Úvod.....	10
1. VYMEZENÍ POJMŮ.....	12
1.1 Vymezení pojmu „Hudební publicistika“.....	12
1.2 Vymezení pojmu „Hudební kritik“.....	14
1.3. Vymezení pojmu „Časopis“.....	16
2. HUDEBNÍ PUBLICISTIKA V ČESKÝCH ZEMÍCH.....	18
2.1 Počátky hudební publicistiky u nás.....	18
2.2 Hudební publicistika v průběhu 20. století.....	20
2.3. Rock&Pop a Melodie.....	22
3. MELODIE	22
3.1 Vznik Melodie.....	23
3.2 Význam hudebního periodika Melodie z pohledu vyznavačů bigbítu.....	24
4. ROCK&POP.....	25
4.1 Doba vzniku.....	26
4.2 Vývoj časopisu Rock&Pop.....	27
4.2.1 Vydavatelství Rock&Popu.....	27
4.3 Rock&Pop v průběhu let.....	28
4.4 Podoby časopisu Rock&Pop.....	29
4.5 Kontroverzní Jan Vedral.....	35
4.6 Formát a rozsah časopisu Rock&Pop.....	37
5. SOUČASNÝ ČASOPIS ROCK&POP.....	37
5.1 Rubriky Rock&Pop.....	38
5.1.1 Rock&Top.....	39
5.1.2 Fast Forward.....	39
5.1.3 Play.....	40
5.1.4 Pause.....	42
5.1.5 Record.....	43
5.1.6 Replay.....	43
5.1.7 Loop.....	44
5.1.8 Rewind.....	44
5.2 Reklama v Rock&Popu.....	45
6. FILTER.....	45
6.1 Ultramix – předchůdce Filteru.....	46
6.2 Září 2002 a časopis Ultramixu.....	47
6.3 Redakce Ultramixu.....	48
6.4 Rubrika Retro.....	48
6.5 Filter na počátku a nyní.....	49
7. SOUČASNÁ HUDEBNÍ PUBLICISTIKA.....	50
7.1 Hudební servery	50
8. BUDOUCNOST HUDEBNÍCH PERIODIK.....	51
8.1 Internet vs. tištěná periodika.....	52
8.2 Rock&Pop na internetu.....	53
8.3 Hudební servery vs. Hudební periodika.....	54
8.4 Sociální sítě a Rock&Pop.....	55
9. SOUČASNÁ TIŠTĚNÁ HUDEBNÍ PERIODIKA.....	56

Závěr.....	62
Prameny a literatura.....	64
Přílohy.....	68
Resumé.....	80

Úvod

Hudební publicistika a hudební časopisy mě zajímaly již dlouho. A vůbec hudba samotná. Bohužel jsem v důsledku častého sledování novinek na internetu a v televizi od čtení hudebních časopisů upustila. Proto jsem si také vybrala toto téma. Zajímá mě stav současné hudební publicistiky – ať již na internetu nebo v tištěných médiích – a postavení, pro mě a mou generaci, nejznámějšího hudebního časopisu Rock&Pop.

Tato bakalářská práce se skládá z několika důležitých částí. Vymezení pojmů hudební publicistika, hudební kritik a časopis má čtenáře uvést do problematiky těchto tří pojmů. Dát jim hlavní osvětlení, co v sobě tato slova skrývají.

Další částí bakalářské práce je krátký průřez historií, kdy sleduji postupný vývoj hudební kritiky až po přerod do hudební publicistiky. Hudební publicistika vzniká pomalu, vyvíjí se od odborných vědeckých statí o hudbě na počátku dvacátého století až po články pro širokou veřejnost uveřejňovaných na internetu.

Při své práci jsem hodně pracovala s internetem. V knihovnách nejsou dostupné materiály a většinu údajů jsem musela čerpat z jednotlivých čísel hudebních časopisů. Zásadním pro mě byl rozhovor se šéfredaktorem hudebního časopisu Filteru. Jeho redakce byla vstřícná, poskytla mi i studijní materiály (starší vydání časopisů). Rozhovor se ubíral směrem od vzniku hudebního časopisu Ultramix až po dnešní Filter, s krátkým zamyšlením o budoucnosti hudebních periodik.

Redakce Rock&Popu se mi, bohužel pro tuto práci, neozvala. Neposkytla ani údaje ze své internetové podoby, jako například čísla návštěvnosti, klíčová slova, na která jim přichází návštěvníci webu, buď přímou cestou, z fulltextových vyhledávačů nebo přes jiné odkazy, například v sumáři hudebních serverů – MusicList. Nenabídl ani jinou možnost rozhovoru, například zaslat odpovědi na otázky přes elektronickou poštu. Proto je pohled Rock&Popu na pozadí současné hudební publicistiky ryze mým pohledem. Všechny údaje o tomto periodiku jsou zde uváděny z jednotlivých čísel všech ročníků časopisu, která vyšla.

Ke konci je uveden stav současné hudební publicistiky. Současná hudební publicistika se rozkládá na velmi širokém prostranství. Setkáváme se s ní v tištěných médiích – kde si své pozice udržují stálice Rock&Pop, moderní Filter a mladší generaci oblíbený bBarák. V televizi můžeme sledovat jednotlivé pořady, které nám ukazují hudební svět, jeho novinky, celebrity. Můžeme poslouchat recenze na koncerty a zároveň je i sledovat. Na internetu stahujeme kvanta hudby, ať už nelegálně či legálně, a před tím si můžeme přečíst recenze

k jednotlivým skladbám či albům na několika hudebních serverech. Z rádií neustále posloucháme různá hodnocení na momentálně odehranou skladbu. Záleží jen na nás, jak moc dáme za pravdu onomu názoru z éteru. Je mnoho možností, kde můžeme čerpat informace o hudbě. Časopisy jsou ovšem tou základní. Každý z nás si vždycky rád přečte o svém idolu a jeho novém počínu.

Časopis Rock&Pop si na poli současné hudební publicistiky stojí vcelku obstojně. Šťastně obstál v krizi, byla spuštěna jeho internetová verze a nepřestává bojovat dál. Ačkoliv má svou pozici na trhu kvůli stoupající konkurenci stále těžší.

1. VYMEZENÍ POJMŮ

1.1 Vymezení pojmu „Hudební publicistika“

Všeobecně používaná a velmi zlehčující formulka velkého množství studentů zejména žurnalistických oborů pro vymezení pojmu publicistika je, že co není zpráva, je v podstatě publicistika. Ve slovnících cizích slov je publicistika definována jako novinářská činnost a zveřejňování aktuálních témat a otázek hlavně veřejného života.

Slovo publicistika pochází z latinského *publicius*, což znamená *obecní, státní, veřejný či úřední*¹. Pro žurnalistiku tak platí, že se v publicistice objevují názory, pozitivní či negativní hodnocení. Tato hodnocení by neměla být jen suchým konstatováním a přísunem základních informací, ale hlavně do každého svého příspěvku publicista vnáší kus svého ‚osobna‘.

„V užším smyslu pojmu činnost spojená se stanoviskem, objasňující události, situaci nebo myšlenky slovem, zvukem, nebo obrazem v tisku, televizi, rozhlasu i v tzv. nových médiích – internetu. Na rozdíl od zpravodajství, kde se uplatňují především fakta, publicistika kromě informací obsahuje názor, hodnocení a subjektivní přístup. Zahrnuje pojmy, soudy, postoje, kombinuje analytický a syntetický přístup, jejím výsledkem je poznání a eventuálně přesvědčení a získání recipienta.“²

Díky tomu, že publicistika obsahuje názor a hodnocení se stává pro čtenáře zajímavější. K běžným informacím se dostaneme poměrně snadno – právě přes výše zmiňovaný internet. Subjektivní přístup k hodnocení jednotlivých hudebních počinů by měl motivovat čtenáře ke koupi časopisu.

„Recenze tedy musí umět promítnout posudek recenzovaného díla do celkové úrovně i zájmů čtenářů, ke kterým se obrací.“³

Hudební publicistika by měla široké veřejnosti přinést nejen posouzení daného interpreta a jeho díla, ale také jeho poznání. Posluchači musí ukázat hlavní linii hudebního díla, jeho děj a melodii. Musí jim dát podnět k vnímání hudby v širších souvislostech. Ať jsou již souvislosti spojeny s životem hudebního interpreta a jeho „potížemi“ či jeho vývojem a snahou reagovat na současné dění. Pokud hudební publicistika, potažmo hudební publicista, nedokáže posluchači ukázat všechny souvislosti, okořenit svou interpretaci ještě také určitým estetickým vnímáním, stane se jeho práce pouze plochým výčtem informací bez hlubších

¹ OSVALDOVÁ, Barbora - HALADA, Jan a kol. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3. rozš. vyd. 2007. 263 s. ISBN 978-80-7277-266-7. str. 12

² Tamtéž, str.13.

³ HÁJEK, Jiří. *Teorie umělecké kritiky*. 1. vyd. Praha : SPN, 1986. 230 s. ISBN 14-299-86. str. 127.

myšlenek. Práce hudebního publicisty toto samozřejmě zahrnuje (pouze informovat). Je ale zapotřebí vnést do každého díla hudební publicistiky i trochu autora. Pokud by posluchače zajímaly pouze tyto obecné informace, nemusí si kupovat hudební časopis.

V dnešní době je pro hudební publicistiku nutností stavět zejména na získávání recipientů – čtenářů, příjemců či odpůrců názorů jejich kritiků a dalších přispěvatelů. Bez dostatečného počtu čtenářů, kteří očekávají nový přísun informací a výše zmiňovaných souvislostí, může hudebním periodikům rapidně ubývat jejich dlouhá léta budovaná čtenářská obec. U čtenářů nižší věkové kategorie se předpokládá, že ani tak neprahnou po širších souvislostech, ale pouze po fotografiích a fádnicích a unylych informacích typu oblíbené jídlo, oblíbená barva. Hudební publicistika a hudební periodika se v dnešní době dostala do postavení, kdy čísla prodaných výtisků rostou díky fotografii skupiny či jednotlivce, který je v dané chvíli v centru pozornosti bulvárních médií a rozhlasových stanic⁴. Správná fotografie ve správnou dobu zajistí nezvykle vysoký prodej konkrétního výtisku.

Redaktoři hudebních časopisů můžou (nebo lépe řečeno musí) využívat všech prostředků, které jim publicistika jako taková poskytuje. Zejména tedy recenzi, kritiku, rozhovory a další zajímavosti, které jim hudební svět nabízí. Dávají také dohromady různé srovnávací články, analyzují dosavadní působení hudebních uskupení, hudebníků a ostatních lidí pohybujících se v hudební branži.

Hudební publicistika má sloužit lidem pro rozšíření jejich rozhledu. Čtenářům musí být jasné souvislosti, ve kterých je dílo hodnoceno.

„Krasovědná kritika nemusí však být zároveň dogmatickou. Novodobí posuzovatelé uměleckých děl počínají si zpravidla jinak. Nepostupují od pravidel k uměleckému dílu, od abstraktních zásad ke konkrétní tvorbě, od teorie k praksi, nýbrž naopak.“⁵

Výrok Arne Nováka platí v hudební publicistice dvojnásob. Recenze a ostatní projevy hudební publicistiky by měly postupovat od konkrétní tvorby a praxe až k objektivnímu hodnocení, abstraktům a teoriím. Pokud by hudební publicistka nejprve nereflektovala vzniklá díla (konkrétní tvorbu), nemohly by vzniknout odpovídající recenze. Stejně tak je to i s teorií a praxí. Prvky teorie se v hudební publicistice dají uplatňovat až na vzniklou praxi – tedy hudební dílo – skladbu či celé album.

Častým tématem hudební publicistiky je dnes její nezávislost. Časopis Rock&Pop byl založen právě na své nezávislosti. CD nosiče, se kterými budou čtenáři v časopise seznámeny, si většina recenzentů nezakupuje sama v obchodě s hudebními nosiči, ale obdrží je od

⁴ BENEŠ, Pierre. Šéfredaktor časopisu Filter. [CD]. [cit. 2009-02-27]. Archiv autorky.

⁵ NOVÁK, Arne. *Kritika literární : metody a směry, zásady a prakse*. 2. vyd. Praha : F. Topič, 1925. str.33.

vydavatelství. Můžeme se domnívat, že je to jistý marketingový tah hudebních vydavatelství, jak dát světu vědět o novém počínu známého interpreta či o novém hudebním objevu. Ale ryze hudební publicistika spočívá právě v její nezávislosti a v informačním přínosu široké veřejnosti.

1.2 Vymezení pojmu „hudební kritik“

Hudební kritik obecně je osoba, která má „ve svých rukou“ (myšleno tím přes tištěná média) moc do určité míry „manipulovat“⁶ s veřejným míněním ve věci hudebního vkusu, minimálně může své čtenáře přimět k diskusi. Jako ostatně každý jiný kritik, recenzent veřejně vystupující v tisku, televizi a na veřejnosti. Specifikum tohoto oboru je v podstatě jasně vymezeno. Psát s osobitou kritickou nezáujatostí o moderní populární hudbě.

Nedílnou součástí práce kritika, kromě zhodnocení hudebního počínu, je dát čtenáři také podstatný informační přínos a souvislosti.

„Kritik stojí celou svou bytostí za každým svým zdůvodněným tvrzením a jest vždy odhodlán nejen je obhájit, nýbrž i vyvoditi z něho veškeré důsledky, nejdeť o hru neb zábavu, o nápad neb rozmar, nýbrž o nutný výraz prohloubeného přesvědčení.

Bylo by ovšem prostoduchou bláhovostí žádati po kritiku, aby nikdy v ničem neměnil svých názorů, úsudků a formulací; znamenalo by to odsuzovati jej k myšlenkové stagnaci a upírati mu právo k vývoji.“⁷

Pokud bychom nedovolili hudebním kritikům změnit názor, mohli by se časem stát ve svých názorech velmi zaostalými.

„Ve světě ideovém rušeno jest vždy poznání nižší poznáním vyšším, a ten, kdo pronáší své soudy veřejně, nesmí váhati, aby sdělil s veřejností, dospěl-li na základě vážných důvodů k názorům novým, třeba tyto se i přičily dřívějšímu jeho nazírání – ale vždy předpokládáme mravní opravdovost i vnitřní zdůvodnění takových kritických projevů.“⁸

Výrok Arne Nováka z počátku 20.století platí i v dnešní době. Ke kritikům je třeba být shovívavý. Jejich slova nesmí čtenáři brát jako dogma, ale jen jako podnět k diskusi, kdy s autorem souhlasit můžete nebo nemusíte.

Vezměme za příklad „velký“ omyl Vojtěcha Lindaura. V jedné recenzi pohaněl album OK Computer skupiny Radiohead⁹. Za svůj omyl se později omluvil a svůj verdikt

⁶ Čtenáři hudebních recenzí, kteří nemají jasně vyhraněný názor na desku či skladbu, která je v hudební recenzi hodnocena, se mohou nechat ovlivnit názory autora recenze.

⁷ NOVÁK, Arne. *Kritika literární : metody a směry, zásady a praxe*. 2. vyd. Praha : F. Topič, 1925.str.92.

⁸ Tamtéž, strana 93.

⁹ BUREŠ, Radek. *Jestli se rozzlobíme budeme zlí, aneb jak hudebním kritikům chutná život*. [online]. [cit. 2007-03-18]. Dostupné z URL: <<http://www.knihovna.vozovna.cz/jestli-se-rozzlobime-komplet.htm>>. - tento příspěvek již není kompletně k dispozici. Část je dostupná z URL:<<http://vozovna.cz/knihovna/jestli-se-rozzlobime.htm>>, kompletní verze článku je v této práci vložena jako příloha č.3.

přehodnotil. Jeden z přehodnocených omylů bylo i označení Britney Spears na počátku kariéry za muže¹⁰ Vladimírem Vlasákem¹¹.

Hudební kritik musí mít názor a musí kritizovanou problematiku vystihnout tak, aby se čtenář v množství hudebních novinek a informací dokázal snadno zorientovat. Dnešní hudební publicistika a hudební kritici mají těžký úděl, pakliže se chtějí úspěšně prosadit mezi svými kolegy, konkurenty. Měl by také svými vlastními názory vzbudit diskusi mezi posluchači a vyprovokovat je tak k vlastnímu myšlení a k vlastnímu názoru. To se v hudebním časopisu Rock&Pop úspěšně dařilo hudebnímu kritikovi Honzu Vedralovi (viz kapitola 4.5 Kontroverzní Jan Vedral)

Dle všeobecných poznatků a veřejných prezentací tady máme kontrast mezi mladou generací kritiků a jejími předchůdci. Každý si pevně stojí za svým stanoviskem a názorem, jak nejlépe psát kriticky o hudbě. S nadsázkou se odvážím říct, že dnes může do hudebních časopisů každý uveřejnit svůj příspěvek v jakémkoliv stylu a směru názorů.

Co se týče hudebních kritiků let minulých (Z.Nejedlý, E.Chvála), v období minulého století, jasně vidíme, že přispěvatelé do tehdejších aktuálních hudebních periodik byli znalci ve svém oboru, kterým byla hudba. Jednalo se tedy převážně o klasickou hudbu, která byla v popředí mediálního zájmu. Například na přelomu devatenáctého a dvacátého století to byli uznávaný Emanuel Chvála, Zdeněk Nejedlý (zakladatel časopisu Smetana v roce 1910) či Antonín Šilhan.¹² Výjimkou nebyl ani skladatelé věnující se kritice a publicistické činnosti. Za všechny je třeba uvést *Leoše Janáčka nebo Josefa Bohuslava Foerster*¹³. U nich můžeme říct, že byli opravdu uznávanými kapacitami ve svém oboru. V průběhu druhé světové války byl nejvýznamnější vykladatelem Smetanova díla (po Zdeňku Nejedlém) a uznávaným kritikem Miroslav Očadlík.

Po druhé světové válce se do popředí zájmu dostával Vladimír Helfert a jeho hudební časopis Hudební rozhledy. Byl založen v roce 1948¹⁴.

V druhé polovině dvacátého století, zejména v letech 50. až 70., v době normalizace a hlubokého komunismu v Československu patřili mezi nejuznávanější autory hudebních časopisů zejména ti lidé, kteří se nebáli dát najevo svůj názor a dovedli recenzi napsat tak,

¹⁰ BUREŠ, Radek. *Jestli se rozzlobíme budeme zlí, aneb jak hudebním kritikům chutná život*. [online]. [cit. 2007-03-18]. Dostupné z URL: <<http://www.knihovna.vozovna.cz/jestli-se-rozzlobime-komplet.htm>>. - tento příspěvek již není kompletně k dispozici. Část je dostupná z URL: <<http://vozovna.cz/knihovna/jestli-se-rozzlobime.htm>>, kompletní verze článku je v této práci vložena jako příloha č.3.

¹¹ Vladimír Vlasák, redaktor kulturní rubriky Mladé Fronty Dnes.

¹² SVOBODOVÁ, Marie. *Hudební periodika v českých zemích 1796-1970 a na Slovensku 1871-1970*. Praha : Státní knihovna ČSR, 1979. 185s. ISBN I-801-774. str. 113

¹³₁₂ Tamtéž, strana 113.

¹⁴ *Hudební rozhledy*. [online]. [cit. 2009-01-12]. Dostupné z URL: <http://hudebnirozhledy.scena.cz/www/index.php?page=onas&cislo_id=90>.

aby pozorný čtenář našel podstatnou informaci skrytou mezi řádky. Jmenuji alespoň Lubomíra Dorůžku¹⁵, který významně působil v nejrozšířenějším hudebním periodiku u nás – v Melodii. Je zřejmé, že ani povolené recenze, kde se dalo číst mezi řádky, nebyly vydávány jen tak zadarmo.

Dle Cibulkových spisů totiž právě tento uznávaný hudební publicista spolupracoval se Státní bezpečností jak tajný agent. Ve spisech StB je evidován pod krycím jménem „Pixa“¹⁶, evidenční číslo 1686888. Je však známo, že Cibulkovy spisy nemůžeme brát jako dogma.

1.3 Vymezení pojmu „časopis“

Definice významu pojmu časopis je specifikována Barborou Osvaldovou a Janem Haladou:

„Časopis – tiskovina vycházející pravidelně, v určitém místě, která má nejméně půlroční a nejvíce jednotýdenní periodicitu. Od deníku se liší menší aktuálností i větší podrobností probíraných témat. Svou strukturou, stavbou textů i celkovým zaměřením je určena vyhraněnému okruhu čtenářů, který je již zpravodajsky informován a hledá detailnější nebo specializované údaje. Časopisy se zaměřují na recipienty vymezené například sociálním zaměřením nebo zájmem, jejich okruh čtenářů je sourodější.“¹⁷

Časopisy se dle výše uvedených autorů dále odlišují zejména tematickým zaměřením, ale také třeba grafickou úpravou. Každá specifická skupina čtenářů či spíš okruh hudebních posluchačů, je víceméně také definována jinou grafickou úpravou. Design časopisů a jejich grafická úprava nám na první pohled může napovědět skupinu čtenářů, ke kterým se časopis obrací. Patrné je to u hiphopového magazínu bBarák nebo rockového magazínu Spark¹⁸.

Z významu zaměření vyplývá, že u hudebních časopisů bude jejich hlavním zájmem především hudba. V současnosti hudební časopisy bojují s opravdu silným soupeřem, co se týče aktuálnosti. Novým fenoménem, který se stal nejčastěji aktualizovaným médiem, je internet¹⁹.

¹⁵ Lubomír Dorůžka se narodil 18.3.1824, je významným hudebním publicistou a spisovatelem. Jeho nejčastější přezdívka byla „Nestor hudebních kritiků“. Byl také předsedou České jazzové společnosti. Od roku 1947 velmi často pobýval ve Spojeném království. Šéfredaktorem hudebního časopisu Melodie se stal v roce 1964. Evropskou jazzovou federaci spoluzakládal v roce 1968. O tři roky později začal pracovat v hudebním nakladatelství Supraphon, v zahraničním oddělení, kde jeho hlavním zájmem byly subdodavatelské nakladatelské smlouvy. Dorůžka je také významným překladatelem moderní anglické literatury.

¹⁶ MARACZI, Josef. *Důvěrníci a agenti komunistické Státní bezpečnosti ve sdělovacích prostředcích nadále formují české veřejné mínění* [online]. c2003 [cit. 2008-02-18]. Dostupné z URL: <<http://www.cibulka.net/stblist/b.htm>>.

¹⁷ OSVALDOVÁ, Barbora - HALADA, Jan a kol. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3. rozš. vyd. 2007. 263 s. ISBN 978-80-7277-266-7. Strana 17

¹⁸ O jednotlivých časopisech se více dočtete v kapitole 9. *Současná tištěná hudební periodika*.

¹⁹ Viz kapitola 8.1 *Internet vs. tištěná média*.

Jak jsem již výše uvedla, hudební periodika dnes mají nelehký úkol. Nejen přinést informační hodnotu, ale je potřeba čtenáře obsahem zaujmout a přimět je tak ke koupi onoho časopisu. Proto se hudební časopisy obecně rozhodly nezaměřovat čistě jen na hudbu a na novinky z hudebního světa (ačkoliv toto stále zůstává jejich primárním zájmem), ale i na další odvětví, ve kterých hledají spojitosti s hudbou. Například Report přišel s podtitulem Music&Style a zařadil rubriky o módě a jejích nových stylových trendech. V hudebních časopisech také najdeme množství technických rubrik, velmi populární jsou novinky ze světa filmu a knih. Mainstreamové hudební časopisy ve snaze zaujmout čtenáře a odběratele a neméně důležité náhodné kupce ztrácejí své ryze hudební zaměření.

„Koncepti novinové recenze spoluurčuje to, k jakým čtenářům se časopis, pro nějž je určena, především obrací.“²⁰

Pokud časopis zařadí aktuality a recenze z filmového, módního či technického světa, měl by se text lišit dle začlenění do sekcí, do nichž náleží. S tím jsou spojené i slovní výrazy a odborné termíny. Začteme-li se do Rock&Popu nebo Filteru, setkáme se s opravdu živým jazykem, kdy se autoři příspěvků nebojí použít nespisovné výrazy, někdy i vulgarismy. Budeme-li ovšem číst časopis Dancetime nebo Czechmusic²¹ setkáme se s odbornými výrazy a vybranou češtinou. Tyto časopisy nejsou v žádném případě mířeny na širokou veřejnost, ale na okruh čtenářů, kteří se hlouběji zajímají o tanec a vážnou hudbu.

Hudební kritika, píšící pro širokou veřejnost, ne jen tu odbornou, přešla od vědeckých statí, zveřejňovaných v přílohách kulturních časopisů na počátku dvacátého století až k nynějšímu publicistickému stylu psaní. Výraz publicistický styl psaní uvádím záměrně. V kapitole Vymezení pojmu „Hudební publicistika“ je uveden původ slova z latinského *publicius* – veřejný. Nemůžu v žádném případě říct, že by hudba nebyla v dřívějších dobách něčím neveřejným. Právě naopak. Byla každodenní součástí života, jen se o ní začalo více psát tzv. pro lidi.

V současné době se nabízí otázka, možná opět podložená ekonomickou stránkou věci, který z těchto autorů-kritiků napíše nejkontroverznější recenzi. Jako například bývalý redaktor Rock&Popu Jan Vedral²². Ve svých hodnoceních se snaží zaujmout zbytečným haněním autorů či vulgarismy, které se již běžně objevují v hudebních časopisech a jejich recenzích. Jestli je ovšem toto správná cesta, jak si zachovat přízeň čtenářů, ukáže čas.

²⁰ HÁJEK, Jiří. *Teorie umělecké kritiky*. 1. vyd. Praha : SPN, 1986. 230 s. ISBN 14-299-86. str.126.

²¹ Bližší informace v kapitole 9. Současná tištěná hudební periodika.

²² Viz kapitola 4.5 Kontroverzní Jan Vedral.

Mainstreamové hudební časopisy dnes zápolí s velkou konkurencí. Nejen, že zápolí časopisy mezi sebou, ale musí také obstát v konkurenci s internetem (hudebními servery) a televizí (hudebními stanicemi a pořady).

2. HUDEBNÍ PUBLICISTIKA V ČESKÝCH ZEMÍCH

V této kapitole chci podat stručný přehled o hudební publicistice a jejím vývoji v České republice, do roku 1993 na území Česka a Slovenska.

Hudební publicistika mainstreamových hudebních časopisů nemá snadné postavení. Musí stále přicházet s novými nápady. Od počátku dvacátého století urazila hudební publicistika velkou cestu. Na počátku dvacátého století můžeme ještě stále hovořit o hudební kritice, kdežto v druhé polovině dvacátého století se již tvoří samostatná větev – hudební publicistika. Ta je otevřena široké veřejnosti. V odborných hudebních časopisech věnovaných například vážné hudbě ovšem stále nalézáme dlouhé odborné hudební statě.

Bohužel jsem nebyla schopna zjistit zcela přesný vývoj hudební publicistiky po druhé světové válce. K této době se pojí velká obliba jazzu. Prostor již dostávaly časopisy typu *Hudební rozhledy*, *Lidová tvořivost*, později *Gramorevue*, v nichž byly příspěvky určené široké veřejnosti.

2.1 Počátky hudební publicistiky u nás

Hudba je od pradávna nedílnou součástí lidského života. Doprovází lidské bytí na každém kroku. V hudební kultuře mají periodika nesmírně významnou úlohu. Zpravují obecnost o novinkách na domácí scéně, přináší také aktuality ze světa. První hudební časopisy se u nás objevují koncem první poloviny 19.století²³. Nelze však ještě hovořit o hudebních periodikách v takové podobě, jakou známe dnes. Byly to většinou hudební přílohy národně-obrozeneckých novin, které obsahovaly spíše jednoduché notové záznamy nových skladeb, popěvky, samozřejmě se již objevují kritiky. Ty mají ovšem významnější postavení v kulturních rubrikách tehdejších novin. Tyto kritiky v časopisech se mezi běžnými čtenáři a veřejností těší větší oblibě než-li hudební přílohy. Hudební přílohy byly totiž díky svému přesnému cílení a zaměření určeny zejména pro odbornou veřejnost²⁴.

²³ ČERNUŠÁK, Gracian, et al. *Československý hudební slovník osob a institucí : díl A – L*. 1. vyd. Praha : Státní hudební vydavatelství, 1963. 853s. str. 102.

²⁴ Tamtéž, str. 102

„I když české hudební časopisectví mělo podstatný vliv na tříbení názorů a stalo se zejména od roku 1910 permanentní tribunou polemicky vyhocených bojů o směr a cíle české hudby, i když je pro nás dnes prvořadým pramenem informací a pramenem poznání doby, jeho tehdejší vliv nelze přeceňovat, neboť odborné hudební listy byly konec konců určeny úzkému okruhu hudební veřejnosti. Širší dosah měly kulturní rubriky v denních listech a v periodických revue, kterých v této době vycházelo početné množství a které věnovaly právě hudbě pečlivou, soustavnou pozornost.“²⁵

Na konci 19.století vycházelo několik hudebních časopisů zabývajících se soudobou hudbou. Nejpopulárnějším časopisem té doby byl Dalibor.²⁶ Ten „v oblasti hudebního časopisectví ztrácel kolem roku 1900 své tradičně vůdčí postavení.“²⁷ Tím, že Dalibor své výsadní postavení pomalu ztrácel z důvodu upadajícího zájmu, tak byl prostor pro vznik nových hudebních periodik. Netrvalo dlouho a vznikla Hudební revue (1908)²⁸, Smetana (1910)²⁹. Podle Marie Svobodové, autorky knihy Hudební periodika v Českých zemích, byla v době prvních deseti let dvacátého století česká hudební kritika velmi konzervativní.

Nejlepší postavení a úroveň, co se týče hudební kritiky měla Hudební revue:

„Měsíčník Hudební revue měl solidní úroveň, tiskl především portréty uměleckých osobností a drobné monografie hudebních institucí, rozborů českých novinek, menší příspěvky k dějinám hudby a měl i dobře redigovanou část stručných výběrových informací o hudebním životě. Výjimečnou hodnotu měly precizní, metodologicky pozoruhodné a dodnes platné rozborů Václava Štěpána, soustředěné především k dílu Novákovu a Sukovu.“³⁰

Z citátu z knihy autorky Svobodové můžeme jasně vidět zřetelný posun nejen hudby samotné, ale také jiný pohled dnešní hudební kritiky. Dnešní hudební kritika přešla od ryze hudebně vědeckých prací k více publicistickému stylu. V odborných časopisech, které jsou zaměřeny na užší zájmovou skupinu, ovšem stále nacházíme tyto odborné statě. V současných hudebních časopisech a jejich recenzích autoři hodnotí hudební provedení skladby či celého alba, neopomínají zmínit současný stav skladatele, interpreta. Objekt svého hodnocení se snaží zasadit také do společenského kontextu.

Kritik se snaží popsat, jak hudba působí na něj samotného. Zmíní několik přesných detailů, které ve své recenzi vyzdvihne, snaží se objektivně zhodnotit, co se mu na hodnocené skladbě či albu líbí, a co se mu naopak nezdá být tak zdařilým, případně zmíní nesrovnalosti, které v počínů hudebníka nalezne.

Hudební kritika se stala spíše subjektivním pohledem, jak na autora samotného hudebního díla, tak na jeho dílo (viz kapitola Kontroverzní Jan Vedral). Můžeme jen

²⁵ SVOBODOVÁ, Marie. *Hudební periodika v českých zemích 1796-1970 a na Slovensku 1871-1970*. Praha : Státní knihovna ČSR, 1979. 185s. ISBN I-801-774. str.112

²⁶ Tamtéž, str. 112

²⁷ Tamtéž, str. 112

²⁸ Tamtéž, str. 112

²⁹ Tamtéž, str. 112

³⁰ Tamtéž, str. 112

spekulovat, zda není hlavním záměrem některých kritiků být opravdu subjektivním. Svým unikátním pohledem na interpreta a jeho dílo vzbudí bouři ohlasů, ať již pozitivních či negativních. Dobře sladit objektivitu se subjektivitou je velmi obtížné.

Nejde o sdělení odborného pohledu na hudbu (míněno v mainstreamových hudebních časopisech – tzn. v časopisech středního proudu), ne proto, že by to současná moderní populární hudba už ani moc nedovolovala, ale zejména proto, že se radikálně změnila čtenářská obec hudebních časopisů a vůbec hudební publicistika jako taková. Samozřejmě lze vzít v potaz odborné vzdělání hudebních publicistů.

Hudební mainstreamová periodika (Rock&Pop, Filter, Report) nejsou směřována na odbornou veřejnost, ale na nejsilnější tržní skupinu pro daný výrobek. U hudebních časopisů to je mládež od šestnácti let do maximálně třiceti let³¹. Proto se můžeme domnívat, že odborné vzdělání recenzentů není ani potřebné a do hudebního periodika může psát v podstatě kdokoli, kdo má hudbu jako koníček.

Pak jsou zde ostatní hudební periodika se specifickým zaměřením, která nejsou vydávána ve velkých nákladech a jsou psána přesně pro danou skupinu lidí. Například časopis o vážné hudbě Harmonie, Dancetime nebo Folk&Country – časopis zaměřený také výhradně na jeden hudební styl. Zde už jsou žádoucí minimálně externí odborní přispěvatelé.

2.2 Hudební publicistika v průběhu 20. století

V průběhu dvacátého století došlo v Českých zemích ke změnám vládnoucích systémů, proběhly dvě světové války. Marie Svobodová ve své knize uvádí jako nejvýznamnějšího hudebního kritika a autora odborných hudebních statí Miroslava Očadlíka.

„Silnou stránkou Očadlíkovy publicistiky byla schopnost popularizační, dar strhnout posluchače, schopnost využít sebemenšího faktologického poznatku k vysvětlení tvůrčího procesu a smyslu díla. I do vědecké práce vnášel neobyčejnou vynalézavost interpretace spolu s kategoričností a originalitou soudů, které dovedl vyslovovat a bránit neobyčejně britkým perem, dávaje se někdy bohužel unášet svou fantazií až k nevědecky subjektivním vývodům.“³²

V meziválečném období vedle sebe těsně působila jak vědecká hudební práce, tak hudební publicistika. Vzhledem k tomu, že v denících nebyl prostor pro větší hudební studie (jelikož u čtenářů běžných deníků byly v oblibě i jiné obory – jako politika a sport), začaly se

³¹ BENEŠ, Pierre. Šéfredaktor časopisu Filter. [CD]. [cit. 2009-02-27]. Archiv autorky.

³² SVOBODOVÁ, Marie. *Hudební periodika v českých zemích 1796-1970 a na Slovensku 1871-1970*. Praha : Státní knihovna ČSR, 1979. 185s. ISBN I-801-774. str.112

namísto podrobných kritik prosazovat stručné referáty. Novináři pouze ve nutné stručnosti referovali o slyšených koncertech a o hudebních novinkách na trhu.

„... v praxi denního tisku se začalo uplatňovat rutinní a neúplné referování.“³³

Výjimečné postavení v meziválečném období pro prostor pro hudební kritiku měli brněnské Lidové noviny. Jejich redakce měla spolupracovníky zvučných jmen – G.Černušák, J.Racek.

„Pozoruhodná je zejména skutečnost, že jejich hudební rubrika byla opravdu celostátní, což i z hlediska hudební informace byla vymoženost, která bohužel s Lidovými novinami zanikla“³⁴

Po zaniknutí této celostátní rubriky byl přínos cenných hudebních informací značně omezen. Průlom přišel až po roce 1945, kdy se formovala „nová“ společnost a s ní i nový hudební styl.

„Po osvobození se nejprve obnovují kapacity a diferencované funkce hudební kritiky vzhledem k celkové struktuře společnosti a kritika reaguje i na některé nově nastupující fenomény, zejména na džez.“³⁵

V euforii a i zmatku po druhé světové válce se do popředí dostává jazz. Jeho rytmy jsou zprvu posuzovány velmi kriticky. Zejména jeho svižnější odnož – swing, kdy se tento hudební styl považoval za něco nečistého, protože název měl sexuální podtext³⁶.

„Po roce 1945 se v podmínkách dobových politických změn intenzivně uvažuje o funkční proměně hudební kritiky, v níž spatřuje významný nástroj ideologického působení hudební publicistiky na širokou veřejnost.“³⁷

Takže i když měly časopisy a jejich redaktori tendenci psát o hudbě pro lidi, můžeme se domnívat, že to byl prostředek pro ovlivňování široké veřejnosti socialistickou vládou. Hudební rozhledy a Lidová tvořivost byly cenným zdrojem informací z hudebního světa. Jejich příspěvky se snažili přiblížit hudbu nejširší veřejnosti, avšak se zmíněním (ne)zbytných informací pro tehdejší čtenáře. V 50. letech se do popředí dostávaly *estrádní orchestry*, jejichž hlavní zaměření bylo na *swingový revivalismus*³⁸, ačkoliv byl swing nežádoucím hudebním žánrem.

³³ SVOBODOVÁ, Marie. *Hudební periodika v českých zemích 1796-1970 a na Slovensku 1871-1970*. Praha : Státní knihovna ČSR, 1979. 185s. ISBN I-801-774. str.112.

³⁴ Tamtéž, str.112.

³⁵ HÁJEK, Jiří. *Teorie umělecké kritiky*. 1. vyd. Praha : SPN, 1986. 230 s. ISBN 14-299-86. str. 194.

³⁶ *II.sjezd swingářů : jazz na míru člověku*. [online]. [cit. 2009-03-11]. Dostupné z URL:

<<http://www.clnet.cz/stranky/sjezdswingar/2sjezd.htm> > .

³⁷ MACEK, Petr, et al. *Slovník české hudební kultury*. Praha : Editio Supraphon, 1997. 1035 s. ISBN 14-299-86. str. 318.

³⁸ MATZNER, Antonín, et al. *Encyklopedie jazzu a moderní populární hudby*. Praha : Supraphon, 1990. 3.sv. 649s. ISBN 80-7058-210-3.

Hudba nikdy nepřestala být v zájmu médií. Jen se měnil způsob podání informací o ní. Z dlouhých statí psanými odborníky vznikaly krátké publicistické příspěvky ve snaze přiblížit hudbu lidem.

Vznik hudební publicistiky – ve smyslu psát o hudbě pro širokou veřejnost (střední proud) – bych dle zjištěných informací datovala rokem 1963. Tedy vznikem hudebního periodika Melodie.

2.3. Rock&Pop a Melodie

Komparací dvou „velikánů“ na poli tištěných hudebních periodik pro střední proud, jako jsou právě časopisy Melodie a Rock&Pop, chci ukázat jejich podobnost. Nechci hledat rozdíly, protože oba dva časopisy vznikaly a vyvíjely se za úplně jiných podmínek. V něčem jsou si tato periodika ale přeci podobná.

Časopis Rock&Pop vznikl v uvolněné době těsně po revoluci. Redakce časopisu byla hnána lačností veřejnosti po novinkách ze zahraničí. Stejně tak i Melodie – lidé byli zvědaví na zbrusu nový časopis. Do té doby žádný takový časopis zatím neexistoval – pouze o hudbě a dalších informacích z hudební branže.

Lze jen těžce odhadovat, který časopis měl lepší podmínky pro vznik. Melodie vznikala z dobře zavedeného časopisu Lidová tvořivost a svým novátorským přístupem (ze strany redakce) byla opravdu nevídaná.

Naproti tomu Rock&Pop byl něčím úplně novým, měl otevřené pole působnosti – všichni hltali, co redaktoři v čele s Jiřím Černým napíšou o novinkách z hudebního zahraničního světa.

3. MELODIE

Vzhledem k tomu, že Melodie byla něčím novým, zvolila jsem právě ji jako nejvýraznější hudební periodikum středního proudu působící na československém trhu.

Ve své podstatě byla Melodie nekonvenční periodikum – myšleno ve vztahu k potřebám mladých hudebníků, dychtivých po slávě (viz kapitola 3.2.).

Jako periodikum vycházela Melodie od roku 1963 do srpna roku 1993³⁹. Časopis byl po revoluci znovu obnoven v lednu roku 1994⁴⁰.

Poslední číslo časopisu vyšlo v srpnu roku 2000⁴¹. Neznámější podnázev časopisu byl – Melodie - časopis, který hraje.

3.1 Vznik Melodie

Časopis Melodie poprvé spatřil světlo světa v roce 1963⁴². Nahradil tak kulturní měsíčník s názvem Lidová tvořivost⁴³. Sama o sobě je Melodie prezentována jako časopis věnovaný ne právě oblastem hudby středního proudu.

V posledním čísle Lidové tvořivosti, z roku 1962, vyšel článek Milana Kuny, který v něm píše:

„Někoho to snad překvapí, jiný to bude považovat za logické, že měsíčník Lidová tvořivost předává štafetu novým časopisům - hudebnímu a tanečnímu. Nyní dochází k tomu, po čem už ne jeden rok volá amatérská hudební a taneční veřejnost, aby každý z těchto tak důležitých odvětví naší kultury měl svůj list, v němž by se řešily v souladu s obecnými kulturně politickými otázkami problémy vždy jedné umělecké disciplíny. I tak je toho dost, s čím se nové časopisy budou vyrovnávat a co sledovat, aby o svěřených oblastech podávaly obraz co nejuplněnější a nejpřesvědčivější.“⁴⁴

V roce 1962 se koncepce samotných časopisů, které dříve působily dohromady jako celek (Lidová tvořivost) teprve dotvářela. Bylo to něco nového. Měnila se celková podoba časopisu. Rozpad do dvou samostatných celků s sebou přineslo spoustu otázek. Pro lepší výběr čtenářsky zajímavých témat byl zvolen, do té doby v tiskových médiích téměř nepoužívaný prvek, a to že sama redakce žádala dosavadní čtenáře Lidové tvořivosti o pomoc.

Dále v tomto průvodním článku k nově vznikajícím periodikům také popisuje zamýšlenou podobu nového časopisu. Moderního časopisu, jakým Melodie měla být.

„Melodie – je název nového časopisu. Nejen amatéři, jimž je především určen, ale i ostatní zájemci o hudbu v něm naleznou mnoho zajímavého. Časopis se věnuje všem oborům hudební tvořivosti – moderní taneční hudbě a džezu, sborovému zpěvu a zpěvu vůbec, konečně i dalším oblastem o než projevují zájem amatérští hudebníci. Mnohem více než v Lidové tvořivosti dojde v Melodii ke spojování problematiky amatérského umění s profesionálním, k výměně zkušeností a odbornému rozvíjení základních a v životě palčivých otázek jednotlivých instrumentálních a vokálních oborů. Bude informovat o činnosti hudebních a pěveckých kolektivů, o nové literatuře

³⁹ *Evidence časopisů*. Státní vědecká knihovna Hradec Králové. [online]. [cit. 2009-03-11]. Dostupné z URL: <http://aleph.svkhk.cz/F/ACK4HIU3X5VU1M89EV1CSICUR9MR5NXESASIPERX3YCF369X4D-01247?func=full-set-set&set_number=024549&set_entry=000028&format=999>.

⁴⁰ Tamtéž.

⁴¹ Tamtéž.

⁴² ČERNUŠÁK, Gracian et al. *Československý hudební slovník osob a institucí : díl M-Ž*. 1. vyd. Praha : Státní hudební vydavatelství, 1965.

⁴³ Tamtéž.

⁴⁴ KUNA, Milan. Nový časopis. In *Sborník Lidová tvořivost 1962*. str.257, sign. I – 50 247/1862.

a gramofonových deskách, bude sledovat progresivní proudy hudební tvorby a reprodukce v současných společenských podmínkách.⁴⁵

Melodie v období svého vzniku a uvedení na trh splňovala původně zamýšlené cíle. Dnes již úsměvně působí tehdejší Top Ten zahraničních písní s českými překlady názvů jednotlivých umístěných skladeb. Například v říjnovém čísle roku 1968 byl uveden překlad názvu písně Hey Jude jako Haló Dito.

Pro zaryté vyznavače bigbítu (bigbít = big beat) a hudebníky toužící po slávě měla Melodie jako hudební časopis hlavní význam ve své inzertní příloze

3.2 Význam hudebního periodika Melodie z pohledu vyznavačů bigbítu

Časopis Melodie je z historického hlediska hudebního dění u nás ve většině článků prezentovaných různě na internetu, a to nejen na hudebních serverech, označován jako jediný hudební časopis, který se dal bez problémů sehnat a číst.

Jak dokládá jeden z pamětníků, k sehnání byl, ale pouze v omezeném množství:

„Ve Veselí⁴⁶ na nádraží v jedné trafice byla o něj každý měsíc bitka a to doslova. Někteří staří trafikanti, a to po celé republice jej vůbec neobjednávali.“⁴⁷

Melodie byla dlouho trpěným zdrojem přínosu novinek o rockové hudbě a rockových kapelách. V době, kdy bigbít byl undergroundem a dlouhé vlasy a kalhoty do zvonu s květinami byly proti pravidlům, měl ale hudební časopis Melodie pro milovníky hudby a hlavně kvalitního bigbítu ten nejdůležitější význam někde jinde než v informacích o novinkách v muzikantském prostředí.

Jeden z hlavních důvodů proč byla Melodie tak oblíbeným a kupovaným časopisem, byla jeho inzertní příloze. Byla to snad jedna z nejčtenějších inzertních rubrik v tehdejší Československu⁴⁸. V 70. letech, za největšího rozmachu bigbítu a vzniku kvanta vesnických a městských bigbítových kapel a jiných uskupení, to byl jeden z hlavních zdrojů legálního získání rozmanitých hudebních nástrojů, pomůcek pro vylepšení zvuku a jiných muzikantských vymožeností tehdejší doby, dovezených ze západních zemí.

⁴⁵ KUNA, Milan. Nový časopis. In *Sborník Lidová tvořivost 1962*. str.257, sign. I – 50 247/1862

⁴⁶ Veselí nad Moravou. Brněnský kraj.

⁴⁷ ONDRŮŠ, Miroslav. [CD]. [cit. 2007-09-20]. Archiv autorky.

⁴⁸ ONDRŮŠ, Miroslav. [CD]. [cit. 2007-09-20]. Archiv autorky.

„V 70. letech byla Melodie jedním z mála zdrojů, kde si hudebníci všeho druhu, kategorií a žánrů pod pláštíkem cenzurované inzerce mohli kupovat a měnit veškeré hudební nástroje a aparatury pro své produkce. Nástroje a aparatury byly většinou dováženy muzikanty, kteří v tomto období měli povolenou činnost v cizině, hlavně Norsko, Rakousko, Dánsko, sem tam NSR apod. – a hlavně na výletních lodích. Oni tu svoji aparaturu a nástroje sem přivezli a tady to přes bazary a inzerce rozprodávali. Samozřejmě všichni muzikanti si Melodii kupovali a nejprve se pročítala inzerce – prodej, koupě, výměna... To bylo hlavní táhlo“⁴⁹

Následně se konaly tajné schůzky a předání vytouženého artiklu.

„Je samozřejmě jasné, že nějaké ty báby, co v těch redakcích ty inzeráty přijímaly, tak ani v podstatě nevěděly, co tisknou, a že obchod jenom kvetl. Prodeje se pak uskutečňovaly v různých zkušebnách, garážích a ostatních různých prostorách z ruky do ruky za hotové.“⁵⁰

Cenovky u těchto pomůcek a nástrojů byly velmi rozmanité. Od pár desítek korun po neuvěřitelné desítky tisíc. Díky Melodii a její inzertní příloze tak kvetl úžasný pokoutný obchod a mohlo vzniknout množství (dnes již neznámých a zapomenutých) hitovek vesnických večírků.

Melodie byla ve své době, tedy na počátku svého působení, stejně průlomovým hudebním časopisem jako Rock&Pop, který vzniknul těsně po revoluci v roce 1989. Jedinečnost těchto dvou hudebních periodik nebyla jen ve výborném původním obsazení redakcí, ale také v rozmanitosti příspěvků. Pravidla rozmanitosti příspěvků (zalíbit se co nejširšímu počtu vyznavačů různých druhů hudby) se Rock&Pop drží dodnes.

4. ROCK&POP

S hudebním časopisem Rock&Pop se letos⁵¹ na pultech novinových stánků setkáváme již dvacátým rokem. Proto jej můžeme směle označit za hudební měsíčník s dlouholetou tradicí. Stejně jako v době jeho vzniku byla Melodie. Dnes už jsou jeho původní kvality opomíjeny a důraz se klade na ekonomickou stránku věci. Časopis se musel vypořádat s postupujícím technickým pokrokem a s dobou, která nejde zastavit. Nejen že dnes čelí silné konkurenci tištěných médií, ale hlavně čelí ještě silnější konkurenci hudebních portálů umístěných na internetu.

Jeho vývoj nebyl stále růžový. Po třinácti letech už časopis nešel ve stopách svých prvních veleúspěšných ročníků a potýkal se s velkou ekonomickou krizí. Krize časopisu v letech 2002 a 2003 byla často spojována s krizí hudebního průmyslu.

⁴⁹ ONDRŮŠ, Miroslav. [CD]. [cit. 2007-09-20]. Archiv autorky.

⁵⁰ ONDRŮŠ, Miroslav. [CD]. [cit. 2007-09-20]. Archiv autorky.

⁵¹ Letos = 2009

Po několikaleté pouti, kdy časopis hledal své místo, se zdá, že jeho pozice je prozatím pevně daná. K dostání na trhu je stále, a to je pro časopis s tak dlouhou tradicí pozitivní zpráva.

Proč zde ale byla potřeba vytvořit nový hudební časopis, když zde existovala relativně dobře zaběhlá Melodie? Za téměř tři dekády svého působení byla Melodie až moc známá. Uvolněná doba si žádala nové věci a mezi tím byly i nové časopisy. Hudebních novinek bylo najednou velké množství. Mohlo se psát o všem.

Časopis Rock&Pop je nyní hudebním měsíčníkem se vším všudy. Nedá se proletět za pět minut. Pokud se celým časopisem nyní důkladně „prokoušete“, budete mile překvapeni, kolik nových informací jste načerpali.

4.1 Doba vzniku

První číslo Rock&Popu, s podtitulem Časopis pro rock, pop, jazz, folk a jiné, vyšlo 4.května 1990 a stálo 4,70 Kč. Na titulní stránce se objevila obrovská tvář velkého Franka Zappy⁵².

Jiří Černý v prvním editoriale vůbec prvního vydání časopisu Rock&Pop napsal:

"Prodáme-li pokaždé všech 120.000 výtisků, bude to hračka. Bude-li R&P ležet na stáncích, ámen s námi,"⁵³

Tento výrok jakoby byl vizionářský. Současná faktická prodejní čísla jsou téměř nezjistitelná. Bohužel se mi nepodařilo zjistit přesná čísla, ale podle šéfredaktora Filteru, je prodejnost někde kolem 6000 ks. Jedná se ovšem o jeho hrubý odhad.

Časopis vyšel v době, kdy se najednou mohlo mluvit a psát o všem a o všech. Kdy zakázané bylo dovoleno. Byla to doba naprostého oprostění se od zákazů, příkazů, nařízení. Doba uvolnění a euforie.

Do tehdejší České a slovenské federativní republiky začaly postupně proudit kvanta informací, na které se dřív nemohlo veřejně ani pomyslet. Všichni nadšeně hltali, co se napsalo. Ať už šlo o kritiku negativní či pozitivní. Veřejnost byla lačná po příspěvcích hudebních časopisů. V té době se prodalo nejvíce výtisků hudebního časopisu. Prvního Rock&Popu se prodalo historické maximum. Něco přes 120 000 výtisků⁵⁴.

Postupně ovšem začala euforie z povoleného zakázaného ovoce upadat. Rock&Pop stále držel své výsadní postavení na trhu s hudebními časopisy. Redakci vedl Jiří Černý

⁵² In *Rock&Pop*, 1990, č. 1, s. 1. ISSN 47256.

⁵³ ČERNÝ, Jiří. In *Rock&Pop* 1, 1990, č. 1, s. 3. ISSN 47256.

⁵⁴ ČERNÝ, Jiří. In *Rock&Pop* 1, 1990, č. 1, s. 3. ISSN 47256.

a zdárným sekundantem v roli zástupce šéfredaktora mu byl Vojtěch Lindaur. V redakci figurovala taková jména jako Jaroslav Špulák⁵⁵, Jan Rejžek⁵⁶, Josef Vlček⁵⁷. Časopis vycházel v Nakladatelství a vydavatelství Lidových novin.⁵⁸

4.2 Vývoj časopisu Rock&Pop

Časopisem Rock&Pop a jeho redakcí prošlo bezpočet hudebních publicistů. Jména jako Lubomír Dorůžka či Jiří Černý jsou již dávno pryč. Nahradila je „mladá krev“, například Tom Komárek, Martin Hošna, Kid A a další.

Jména v redakci z prvních ročníků Rock&Popu jsou zvučnější. Ale tito mladí hudební publicisté stojí teprve na začátku. Třeba za 30 let budou stejně proslulí jako Jiří Černý, Vojtěch Lindaur nebo Dorůžkovi.

4.2.1 Vydavatelství Rock&Popu

Ve vedení Rock&Popu po několik let setrval Jiří Černý. Časopis vycházel v nakladatelství a vydavatelství Lidových novin. Od roku 1992⁵⁹ však časopis vydává společnost Rock&Pop, a.s. Jiří Černý odešel z postu šéfredaktora a v časopise zastával funkci předsedy správní rady společnosti Rock&Pop, a.s. Šéfredaktorem se stal Vojtěch Lindaur. Na tomto významném postu setrval necelých 11 let.

Časopis Rock&Pop změnil během pár let vydavatelskou společnost ještě několikrát. V letech 1993 – 1996 jí byla společnost Hakon Euro, s.r.o.,

Žádná ze změn vydavatelství neměla na podobu Rock&Popu žádný výraznější vliv. Až v roce 1996, kdy časopis přešel pod správu Rock&... s.r.o., v nakladatelství Muzikus. To se z novinového čtrnáctideníku změnil na stostránkový měsíčník. V letech 2002 a 2003 procházel časopis největší krizí v dějinách jeho vydávání. Nakladatelství Muzikus mělo Rock&Pop ve své správě až do roku 2005.

⁵⁵ Jaroslav Špulák – hudební publicista, který svými recenzemi (nejen hudebními) často způsobuje divoké diskuse. Působil v mnoha tištěných periodikách, např. Právo, BigBeng!, Rock&Pop.

⁵⁶ Jan Rejžek – hudební publicista, pravidelně píše sloupky do Lidových novin. Po listopadové revoluci pracoval v Kanceláři prezidenta republiky, byl také tiskovým mluvčím politické strany ODA.

⁵⁷ Josef Vlček – hudební publicista a dramaturg. Podílel se na hudební dramaturgii několika rádií, např. RockZone, Impuls.

⁵⁸ In *Rock&Pop*, 1992, č. 9, s. 2. ISSN 47256

⁵⁹ In *Rock&Pop*, 1992, č. 9, s. 2. ISSN 47256

V roce 2005 přešel časopis pod správu silného vydavatelství One&One company, s.r.o., které má pod svými křídly ještě další hudební časopis, rockový magazín Spark⁶⁰. Toto vydavatelství spravuje Rock&Pop i nyní.

4.3 Rock&Pop v průběhu let

V průběhu let a svého vývoje měl časopis Rock&Pop dva výtečné hudební publicisty na postu šéfredaktora. Tím prvním byl Jiří Černý a druhým Vojtěch Lindaur.

Jiří Černý byl v hudební branži známý. Dlouhá léta psal své recenze do časopisů Melodie a Gramorevue, v Mladém světě působil v letech 1971-1973 jako vedoucí redaktor kulturní rubriky⁶¹. Na postu šéfredaktora Rock&Popu zůstal až do roku 1992⁶². Dnes je Jiří Černý uznávaným publicistou na volné noze.

Pokud narazíte na jméno Vojtěch Lindaur, často se u něj setkáte s označením – významný hudební publicista. Lindaur se dnes již aktivně neúčastní redakčního života v časopise Rock&Pop. Vydává knihy o tom, čemu nejlíp rozumí, tedy o hudbě. Jeho knihy mapují doby Hippie (*Šance sněhových koulí v pekle*⁶³) a československou rockovou scénu (*Bigbit*⁶⁴).

V roce 2003 se na postu šéfredaktora vystřídal několik osob. Po odchodu celé redakce Rock&Popu v čele s Vojtěchem Lindauřem v lednu 2003 byl na post šéfredaktora dosazen Pavel Skala. Bývalý dramaturg hudebního pořadu Eso, který vysílá komerční televizní stanice Nova. Po nedlouhém působení Pavla Skaly jej v září toho roku střídá Tomáš S. Polívka. Časopis často zůstal i bez šéfredaktora – pouze s vedoucím redakce. Tak je tomu i nyní.⁶⁵

4.4 Podoby časopisu Rock&Pop

⁶⁰ One&One Company. [online]. [cit. 2008-01-08] Dostupné z URL: <http://www.oneandone.cz/o_spolecnosti.php>.

⁶¹ Jiří Černý. [online]. [cit. 2009-02-26]. Dostupné z URL: <<http://www.jiri-cerny.wbs.cz>>.

⁶² Jiří Černý. [online]. [cit. 2009-02-26]. Dostupné z URL: <<http://www.jiri-cerny.wbs.cz>>.

⁶³ Hudební knihkupectví. [online]. [cit. 2009-01-25]. Dostupné z URL: <<http://www.hudebni-knihkupectvi.cz/product/vojtech-lindaur-sance-snehovych-kouli-v-pekle-333/>>.

⁶⁴ Hemerojd. [online]. [cit. 2008-02-25]. Dostupné z URL: <<http://hemerojd.webnode.cz/products/bigbit-vojtech-lindaur-ondrej-konrad/>>.

⁶⁵ In *Rock&Pop*. 2009, č.2. Ročník XX. 2/301. ISSN 0862-7533.

Od svého prvního čísla a jeho podoby urazil časopis po dvaceti letech opravdu dlouhou cestu. Z původně novinového formátu se dopracoval na podobu časopisu, který se na první pohled neliší v ničem jiném od ostatních časopisů.

Chcete-li, aby si Váš časopis dnes lidé kupovali, musí být vidět. Tahavá titulní stránka a velký a pestrý nadpis jsou jen počátkem úspěchu.

Rock&Pop se od prvního čísla těšil velké oblibě u čtenářů a u posluchačů rockových a popových melodií lačných po novinkách z hudebního světa. V prvních měsících byla úspěšnost časopisu, do jisté míry, zásluhou Jiřího Černého. Černý se řadí mezi nejznámější postavy české hudební publicistiky. Pamětníci 60. let pravidelně navštěvující jeho Antidiskotéky a čtenáři Melodie a Gramorevue si s velkou zvědavostí kupovali nová vydání Rock&Popu.

Na úplném začátku vycházel Rock&Pop jako čtrnáctideník. Nejprve na novinovém papíru, v novinovém formátu. Od roku 1989 vycházel černobíle až do roku 1993. Přelom nastal právě v tomto roce (1993), kdy se na titulní stránce poprvé objevila barevná fotografie. Na ní byl zachycen známý a oblíbený rockový zpěvák Meat Loaf⁶⁶.

Aby byl časopis opravdu světový a splňoval veškerá kritéria pořádného hudebního časopisu pro většinu, rozšířil se v roce 1992 o novinky z World Music. První stránka s aktualitami z World Music se objevila v únorovém čísle (1992). Postaral se o ni Petr Dorůžka.

Rozmanité články a příspěvky o světové hudbě, která u nás do té doby neměla šanci nijak proniknout a dostat se blíž k obecnstvu, dostala konečně prostor. Objevovala se zatím nepravidelně. Svou trvalou pozici v časopise si world music získala zanedlouho, za vedení Vojtěcha Lindaura. Rubrika se objevovala pravidelně po deset let. Tematika jeho hudebních recenzí a dalších příspěvků, ve kterých představoval dosud neznámé hudební formace a jejich kousky byla vždy spjata s dobovou aktuální kauzou. Například v roce 1995 to byla baskická otázka.

Dorůžka ve svých příspěvcích zmiňoval a popisoval festivaly world music po celé Evropě.

Pravidelné psaní o world music bylo potřeba, neboť dobrý hudební časopis potřebuje rozmanitost a pestrost příspěvků a musí svým čtenářům stále rozšiřovat hudební obzor. Ovšem kromě Dorůžkovy rubriky o world music byla na svou dobu velmi pokročilou rubrika Novinky z dovozu. Do té doby jsem v časopise nezachytila nic podobného. Josef Vlček

⁶⁶ Meat Loaf, vlastním jménem Marvin Lee Aday. Americký herec a zpěvák. Narozen 27.9.1951.

20. listopadu 1992 psal o Public Enemy. Zřejmě mě jeho recenze na jejich CD překvapila, protože je to uskupení, se kterým se setkávám dnes i já.

„Prapodivná kombinace šesti novinek a sedmi největších hitů nejspíš nejlepší rapové skupiny na světě naráží při interpretaci na řadu úskalí. Jsou totiž pouze dva pohledy, jak interpretovat tak výjimečnou hudbu, která je absolutně lokální. Pohled černě americký, založený na detailní znalosti problémů, o nichž se zpívá. A náš, český, který občas nerozumí ani angličtině, kterou PE používají.“⁶⁷

Tato slova by se v klidu a pokoji mohla aplikovat i v dnešní dobu. Josef Vlček tak přesně vystihl počin Public Enemy. Skupina v současnosti spolupracuje s mnoha velikány hudebního businessu a má stále jasný pohled na svět i po 17 letech. Ještě zajímavější proto bylo, že vedle tohoto „světového“ hodnocení Public Enemy dlela recenze na Brontosaurus – skupinu bratří Nedvědů.

Jak jsem již výše zmínila, v roce 1993 se začal časopis vydávat s barevnou titulní stránkou. Nezůstalo však pouze u barevné titulní stránky, ale začaly objevovat barevné fotografie i uvnitř časopisu. V podobě novinového formátu zůstal časopis víceméně neměnný až do roku 1996. Toho roku se redakce rozhodla k radikálnímu kroku. Časopis přestal vycházet v novinovém formátu a jednou za čtrnáct dnů.

Z Rock&Popu se stal sto stránkový magazín vycházející jednou měsíčně. Obsahoval již většinu barevných stránek a jeho podoba nebyla daleka dnešnímu Rock&Popu. Pouze rubriky Recenze a noviny zůstávaly černobílé. Nebarevnost několika málo stran ovšem časopisu neubírala na jeho atraktivitě.

Časopis po dlouhá léta přinášel přehledy umístění songů z aktuálních hitparád a anket z několika světových hudebních periodik – například hudební magazíny Q, Melody Maker, New Musical Express.

Kromě kompilací hitparád z ostatních světových periodik časopis obsahoval mnohem zajímavější rubriku. Jmenovala se Profily. Do ní z velké části přispíval již výše zmíněný Josef Vlček. Objevily se tam takové osobnosti jako například Tori Amos, Kim Wilde, Suicidal Tendencies, Senseless Things. Výčet mnoha kapel, zpěváků a zpěvaček by zabral ještě spousty řádků. O představovaných jste se v této rubrice mohli dočíst vždy něco zajímavého – přehled jejich tehdejšího působení, plány do budoucna a podobně. Ovšem tyto informace jsou od podobné rubriky očekávány.

Novinky se v Rock&Popu poznali pod označením HOT. Mohlo se jednat o nově vydané CD, singl apod. Časopisem za ta léta prošlo hodně hudebních publicistů, stejně tak se

⁶⁷ VLČEK, Josef. In *Rock&Pop*, 1992, č. 11, s. 8. ISSN 47256.

na jeho stránkách vystřídal nepočítaně rubrik. Jako byla proměnlivá grafika časopisu, která chtěla vždy přijít s něčím novým, byl proměnlivý i obsah časopisu.

Zřejmě ve snaze stát se hudebním časopisem pro co nejširší čtenářskou obec s různým hudebním zaměřením, dostala prostor rubrika Vibes and Grooves. Obsahovala hlavně novinky (v polovině devadesátých let) stále oblíbenější taneční scény. Zanedlouho byla rubrika přejmenována na Dance and Vibes and Grooves a nakonec z toho vznikla mnohými příznivci klasického Rock&Popu neoblíbená rubrika Trance and Dance.

Rubriku Trance and Dance dostala do správy Jana Kománková⁶⁸. Byl to „časopis v časopise“⁶⁹. Rubrika dostávala stále větší prostor. Stejně tak, jako se měnila hudba a hudební styl, se musel měnit i časopis. Nikdy nezůstal pozadu a vždy přišel s něčím aktuálním. Díky tomu také se můžeme v roce 1998 setkat s novým podtitulkem časopisu. Nyní byl název časopisu - Rock&Pop – úplný průvodce moderní hudbou.

Po odchodu Jany Kománkové z redakce Rock&Popu dostal tuto rubriku na starosti mladý Honza Vedral. V lednovém editoriale se o tom rozepsal i sám šéfredaktor, Vojtěch Lindaur.

... „po devíti letech z rockpopu odchází Jana Kománková. Je mně to moc líto, zejména proto, že většinu změn, které by měly vést k omlazení a k jakési resuscitaci časopisu, iniciovala zejména ona. Na druhou stranu k nám přicházejí Honza Vedral a Michal Nanoru, v jejichž dosud neopotřebovatelné slechy a zdravě kritické názory vkládá Rock&pop mocné naděje, budou-li chtít.“⁷⁰

Lindaur v mocné slechy Vedralovy vkládal opravdu velké naděje. Tento mladý a často velmi kontroverzní hudební publicista zvedl ze židle nejednoho klasického čtenáře Rock&Popu. Zřejmě díky jeho nevyzpytatelnosti se Lindaurovi tolik líbil.

Bohužel ani mladá krev v podobě Vedrala, Nanoru a dalších nemohla zachránit časopis před stále se prohlubující krizí – převládaly neshody o podobě časopisu mezi šéfredaktorem Lindaurem a vydavatelem Danielem Andelem, ale navíc se časopis dostával do stále větší ekonomické krize.

Stalo se tedy, že se Rock&Pop dostal do ekonomických obtíží. Časopis byl zadlužen a bylo proto potřeba sáhnout k radikálnějších změnám v koncepci celého časopisu. První pokus o omlazení časopisu přišel v roce 2002, konkrétně s číslem červencovým. Název časopisu se změnil z Rock&Pop na Rock&Pop&MusiQ, přičemž dominantou názvu se stal &MusiQ a Rock&Pop se zmenšilo na nejmenší možnou hranici viditelnosti.

⁶⁸ Jana Kománková dlouhá léta působila v redakci časopisu Rock&Pop. Nyní je vedoucí redakce v časopise Report – Music&Style.

⁶⁹ LINDAUR, Vojtěch. *Zůstávám připraven*. [online]. [cit. 2008-02-25]. Dostupné z URL: <<http://musicserver.cz/clanek/5942/Vojtech-Lindaur-Zustavam-pripraven>>.

⁷⁰ In *Rock&Pop*, 2002, č. 1, s.3. ISSN 0862-7533.

Změna názvu měla nalákat potencionální kupce mladší generace. Na titulní stránce prvního čísla &MusiQ byla hudební formace Gorillaz⁷¹. Tady ten fakt již jasně ukazuje snahu o změnu celkové koncepce časopisu. Z klasického hudebního magazínu na hudební magazín otevřen té nejširší veřejnosti a se zájmem i o hodně komerční skupiny.

Pravdou je, že pokud chtěl Rock&Pop prorazit u mladších čtenářů, bylo zapotřebí razantního kroku. V podobě, ve které vycházel do půlky roku 2002 byl pro mladou generaci - mezi 16 – 20 lety – nezajímavý. Pokud v této věkové generaci nebyla výjimka, která se o hudbu zajímala na jiné, než komerční hranici, časopis by si určitě nezakoupili. Byl pro ně až moc těžký.

V červencovém čísle 2002 časopisu &musiQ Lindaur ke změně názvu píše:

„V posledních týdnech jsme v RP prožili jedno z nejméně tuctových období dvanáctileté existence časopisu. S odhodláním v srdci a s kalkulačkou v ruce jsme hledali možnosti, „co tu sou“, definovali jsme hranici, kterou jsme ochotní (také vzhledem ke stále ploššímu hudebnímu trhu) přijmout, abychom zůstali pro vás – své stálé čtenáře – ještě pořád důvěryhodní. Hledali jsme kompromisy také sami mezi sebou, mezi našimi názory na hudbu a na způsoby psaní o ní, které jsou, jak patrně, velmi různé. Dusno uplynulých dnů, bouřky s přivalovými lijáky, hromobitím pročištěný vzduch. A pořád dokola. Přes vražedné pochybnosti rozhodli jsme se nakonec, v tomto roce už podruhé, k dalším změnám, z nichž nejzávažnější je variace názvu časopisu.

Naším pravidelným čtenářům jsme snad za ta léta dokázali, že sousloví rock pop není míněno jako žánrové vymezení – vždyť píšeme o blues, jazzu a metalu stejně jako o etnické hudbě, dance music či alternativě. Šíře záběru je naše pýcha. Název &musiQ má právě tohle dát na vědomí novým generacím hudebních fanoušků, všem, které zkrátka přestalo bavit Bravo a žánrově vymezené časopisy či Fanziny jsou jim příliš úzké. Aby už u novinového stánku mohli zaregistrovat, že zde existuje časopis o hudbě, která nemá hranice. RockPop by si naneštěstí nekoupili, &musiQ třeba zkusí. Zároveň kvůli změně názvu nesmíme ztratit vás, kteří RP kupujete a čtete třeba už dvanáctý rok. Dilema. Chodím si kupovat MF, můj syn čte Dnes. Oba čteme stejné noviny, tak by to mělo být s RP a &musiQ.“

Snaha celkově omladit časopis byla tedy zjevná. Kromě změny názvu časopis pozměnil také celkovou grafiku časopisu. Stala se více vzdušnější a prostornější. Koncepci časopisu však žádná větší změna nečekala. Aby se příliš neroztříštila kostra časopisu, zůstaly samozřejmě všechny stěžejní rubriky – profily, listárna, rubriky s recenzemi a kulturním programem apod. Schéma bývalého Rock&popu se tedy, až na drobnější kosmetické úpravy, vůbec nezměnilo.

Záměr zvýšit atraktivitu časopisu změnou názvu se ovšem nevydařil dle plánu. Panovaly stále větší neshody mezi vydavatelem Danielem Andelem a Vojtěchem Lindauem. Spory mezi vydavatelem a šéfredaktorem vyvrcholily v lednu roku 2003, kdy Lindaur dostal, lidově řečeno, padáka. Kolegiálně se celá redakce shodla na společném odchodu se svým šéfredaktorem.

⁷¹ In &MusiQ, 2002, č. 1, s. 1. ISSN 0862-7533.

„Po šesti letech mi chćiplo morće; krásný věk, uvážíme-li, že tento druh se obvykle nedožíje ani poloviny. Do zmrzlé hlíny jsem kopal jamku celou hodinu. Neumím to, zpocený špatný hrobník.

Daniel Andel, osmdesátiprocentní vlastník časopisu Rock&Pop, resp. &musiQ mi sdělil, že na mé služby dál nereflktuje. Novým šéfredaktorem bude Pavel Skala, bubeník a někdejší dramaturg Esa. Chci-li psát dál, mohu prý...

Dnes jsme to na poslední, asi tak šestistě poradě tedy vzdali kolektivně. Radek Diestler, Daniel Vojtíšek, Petr Korál, Ondřej Bezr, Leoš Kofroň, Honza Vedral, Ivan Ivanov, Alex Švamberk, grafičky Bára Těšínská a Zuzana Michálková a další kamarádi a kolegové půjdeme pro příště po svých.

Dala se do mě zima; odkopával jsem kameny přimrzlé k zemi, navrstvil z nich mohylu a lokl si z placaté flašky. Na jaře tam zasadím kytku.

Nevím, kolik editorialů jsem do Rock&Popu za skoro deset let napsal (tento žurnalistický žánr okopírovaný z francouzského časopisu Best v roce 1993 vystřídál glosy Načerno Jiřího Černého) a většinou už netuším o čem. První z nich končil vtipným vzkazem bývalého kolegy Nosálka, tehdy začínajícího redaktora BBC v Londýně: „rakev'roll s vámi“. Chytřej chlap už tenkrát.⁷²

Po dlouhých letech musel Vojtěch Lindaur poměrně nedůstojným způsobem opustit časopis. Ačkoliv dostal možnost stále do časopisu přispívat – jak vyplývá z jeho slov v editorialu. Jak velkým byl šéfredaktorem dokládá i fakt, že celá redakce se kolegiálně postavila za svého nadřizeného a společně s ním opustila loď. Lindaur chtěl bránit „starý“ Rock&Pop – jeho zásady a to, na čem byl vybudovaný – kvalitní zprávy pro lidi, kteří mají rádi hudbu, o novinkách z hudebního světa, o nových interpretech – těch známých i méně známých. Ačkoliv byl Rock&Pop kvalitním periodikem, zřejmě nebyl natolik atraktivním časopisem, aby si ho zakoupil kde kdo zajímaví se o hudbu.

Redakce časopisu se ovšem nedají upřít snahy o zalíbení se právě kde komu, kdo se alespoň trochu zajímá o hudbu a o hudební novinky. Zárukou byly vždy kvalitní recenze. Rock&Pop měl uvnitř zajímavá témata, jenomže přes obálku nebylo skrz vidět. Redakce rozhodně nezahálela. Ovšem, i když je redakce sebešikovnější a témata v časopise jakkoliv zajímavá, stárnutí čtenářské obce se zabránit nedá. Zde nastal rozpor mezi klasickými dlouholetými čtenáři Rock&Popu, redakcí a vydavatelstvím. Vydavatelství chtělo časopis omladit – mířit na nižší věkovou skupinu. Těm se ovšem líbí jiná témata, než o generaci starším původním čtenářům Rock&Popu.

„Daniel Andel nám v posledních dvou letech vytýkal, že píšeme příliš intelektuálně. Představoval si, že by z Rock&Popu měl vzniknout takový trošku bulvár, kde bude většina textů tvořena pouze nějakými zvýrazněnými citáty a výkřiky. Na to jsem pochopitelně nechtěl přistoupit. Vždycky jsem se snažil vycházet z dorůzkovské tradice hudební publicistiky, tzn. nezávislost, orientace ve světové i domácí populární hudbě napříč žánry a v různých souvislostech, kritický duch a lehké pero.“⁷³

⁷² LINDAUR, Vojtěch. *Editorial*. In *Rock&Pop&MusiQ*, 2003, č.1, s.5. ISSN 0862-7533.

⁷³ LINDAUR, Vojtěch. *Zůstávám připraven*. [online]. [cit. 2008-02-25]. Dostupné z URL: <<http://musicserver.cz/clanek/5942/Vojtech-Lindaur-Zustavam-pripraven>>.

Rock&pop měl sice zajímavá témata, ale jak se zdálo, nestačilo to. Proto musela nastat radikální změna. Možná to cítila i samotná redakce uvnitř časopisu.

Lindaaur tedy nechtěl přistoupit na radikální změnu časopisu a vydat se cestou bulváru. Sám ale přiznává, že v roce 2001 byli jediným hudebním periodikem v České republice, které mělo většinu inzerce z nehuděbních zdrojů⁷⁴. Pokud tedy budete listovat staršími čísly Rock&Popu, tedy zejména čísla z roku 2001, narazíte na reklamy mobilních operátorů či tabákových výrobců, klidně i přes celou dvojstranu.

I přes různé pokusy vzbudit zájem čtenářů, nic nezabíralo. Ačkoliv byl záběr časopisu opravdu široký – na jedné straně se objevila Macy Gray, na druhé portrét neurvalých rockerů z AC/DC – pomalá konec časopisu se blížil. Leoš Kofroň přispíval mnohdy netradičními filmovými recenzemi. Na titulní straně listopadového čísla roku 2000 se objevila Blanka Šrůmová. Pro mnohé neznámá, dalo by se říct, že to je naprosté „netáhlo“. Osobnost je to velmi zajímavá, s poutavým osudem (Tichá dohoda, Marioneta), střídala Ivetu Bartošovou ve skupině Balet. Titulní stránku s pro mnohé neznámou tváří střídala titulka s hvězdami irské skupiny U2.

Bohužel pro časopis Rock&Pop i sám šéfredaktor označil třináctý ročník za *nepříliš šťastný*⁷⁵.

Daniel Andel tak zůstal v nezáviděníhodné situaci. Musel dosadit nového šéfredaktora a vytvořit nový tým, který by byl schopný naplnit další číslo Rock&Popu. Muselo být těžké najít adekvátní náhradu za Vojtěcha Lindaaura, která navíc bude splňovat všechny jeho požadavky. Nakonec na jeho post dosadil Pavla Skalu.

Po převzetí časopisu Pavlem Skalou se časopis proměnil téměř k nepoznání. Grafická úprava časopisu byla velmi divoká. Objevilo se množství celobarevných stran. Podíl psaného textu se zmenšil. Přesně tak, jak žádal Daniel Andel po neústupném Vojtěchu Lindaurovi. Přibylo fotek a obrázků. Pavel Skala si ponechal Editorial i některé stěžejní rubriky bývalé redakce - Pel mel, Na vlastní uši, Live.

Oficiální tisková zpráva o konci časopisu Rock&Pop ze strany Vojtěcha Lindaaura vyšla 3.ledna 2003. V této tiskové zprávě Lindaaur poukazuje na pomalé vytráčení se principů poctivé hudební publicistiky, tak jak ji byla zvyklá dělat starší generace hudebních publicistů, kterou má v krvi. Jinak hudební publicistiku dělat nechtěl.

⁷⁴ Tamtéž.

⁷⁵ LINDAUR, Vojtěch. In *Rock&Pop*, 2003, č. 1, s. 5. ISSN 0862-7533.

Nedlouho po vydání tiskové zprávy Vojtěchem Lindaurem vyšla oficiální tisková zpráva ze strany vydavatele Daniela Andela. Tato tisková zpráva vyšla 8.ledna 2003. Daniel Anđel zde podrobně vysvětluje důvody ukončení spolupráce mezi ním, Vojtěchem Lindaurem a v neposlední řadě i se zbytkem redakce. Vyzdvihuje zejména ekonomické důvody ukončení jejich spolupráce. Celá tisková zpráva je přiložena v této bakalářské práci jako příloha č.1.

„V období let 2000 - 2002 se časopis Rock & Pop dostával postupně do ekonomicky velmi tíživé situace (příjmy byly dlouhodobě nižší než výdaje), která byla přímým odrazem trvalého úbytku čtenářů (tedy i tištěného nákladu) a z toho plynoucího snižování placené inzerce prakticky živící chod redakce.“⁷⁶

Z tíživé ekonomické situace nevyvedl časopis ani jeden z mladých hudebních publicistů, do kterých Lindaur vkládal své naděje – Jan Vedral.

4.5 Kontroverzní Jan Vedral

Osobu (záměrně jsem neuvedla slovo osobnost) Jana Vedrala jsem si po mnohém probírání se časopisy vybrala proto, že na jeho stylu psaní, na jeho vyjadřovacích metodách je nejlépe viditelný posun úrovně české hudební publicistiky. Vojtěch Lindaur do něj po jeho nástupu v roce 2001 do Rock&Popu vkládal velké naděje.

Červenec 2001 je první číslo Rock&Popu, ve kterém figuruje jméno recenzenta a přispěvatele tohoto hudebního periodika – Jana Vedrala. V Rock&Popu se pod recenze podepisoval jménem Honza Vedral.

Jan Vedral přišel s agresivním útočným a nevybíravým stylem psaní. Uvedu zde jeden příklad z mnoha. V recenzi pro hudební server www.muzikus.cz popsal Michala Kocába jako muže se „šílenou image premortálního staříka s odbarvenou hlavou, který média zásobuje senilními žvásty, moralizováním a scestnými hudebními úvahami.“⁷⁷

Bylo by nošením dříví do lesa, vybrat si někoho z recenzentů staré školy. Jan Vedral skvěle zastupuje mladistvý nádech recenzí. Nebojí se užít vulgarismů, narážek a opravdu nelibozvučného hanění. Dokonale vystihuje nálady současné mladé generace. Do Rock&Popu ho po odchodu Jany Kománkové bylo potřeba jako mladá kontroverzní krev, která nemá s ničím a ani s nikým slitování a před nikým a ničím nemá kousek úcty. Sám šéfredaktor

⁷⁶ ANDEL, Daniel. *Tisková zpráva k situaci v časopisu Rock&Pop*. [online]. [cit. 2008-02-25]. Dostupné z URL: <<http://www.muzikus.cz/novinky/Tiskova-zprava-k-situaci-v-casopisu-Rock-Pop-musiQ~09~leden~2003/>>.

⁷⁷ VEDRAL, Jan. *Michael Kocáb: Za kyslík*. [online]. [cit. 2008-02-25]. Dostupné z URL: <<http://www.muzikus.cz/recenze/Michael-KocabZa-Kyslik~27~leden~2003/>>.

Vojtěch Lindaaur v Editoriale uznal potřebu mladých lidí v redakci „*v jejichž dosud neopotrebovatelné slechy a zdravě kritické názory vkládá Rockpop mocné naděje*“⁷⁸

V Rock&Popu na sebe nejvýrazněji (ve špatném slova smyslu) upozornil se svou recenzí na reedici CD Karla Hály. Tato recenze byla dosud něčím nevídaným v periodiku takového formátu, jakým byl Rock&Pop.

Zde je úryvek jeho recenze. Celá recenze je uložena jako příloha č.2

„Hele, mně je dvacet. Já přece nebudu seriózně hodnotit kolekci písní, která má rozsah let 1966 – 1978. Pro mě je Karel Hála jedním z těch strejčů, o kterých nevím naprosto nic, nejvýš se chytám za hlavu, když je slyším z nějakého oldies radia. ... Mně to jenom potvrdilo domněnky, že celé období šedesátek a sedmdesátek v Čechách byla jedna velká schíza.

... Ostatním doporučím třeba anální vibrátor nebo kybernetické automasturbační křeslo. Jak říká v televizi pan Dante: „Dozvíte se spoustu věcí o vlastním orgasmu. Je to velmi fascinující. Tak, tak, správně, jen do toho.“ Ne, sorry, víc ze mě nevymlátíte, fakt je mi dvacet.“⁷⁹

Toto CD neohodnotil Jan Vedral ani jednou hvězdičkou. V Rock&Popu je možnost ohodnocení od jedné do deseti hvězdiček - podle soudu recenzenta. Vzhledem k recenzi nebylo moc překvapujícím faktem, že tato reedice neobdržela podle recenzenta Vedrala ani jednu hvězdu v hodnocení.

V dalším čísle časopisu Rock&Pop se strhla lavina negativních reakcí, která jeho recenzi nemilosrdně odsoudila. Místo pro recenze Honzy Vedrala čtenářům přišlo jako zbytečné plýtvání místem, dokonce to bylo přepočítáno na *centimetry krychlové*⁸⁰. Jeho odpověď vyšla v zápětí. Čtenáře upozornil, že mají narušené hodnoty, jsou stále pod vlivem stereotypů a nemůžou tak pochopit jeho recenze.

„Vaše dopisy zjevně vyplývají z narušení hodnot, na které jste si už dávno zvykli. Nechci po vás, abyste hltali nejnovější trendy, nechtějte po mě, abych přejal vaše stereotypy.“⁸¹

Ovšem Honza Vedral si nebral servítky ani při recenzi pro idola náctiletých dívek, Leoše Mareše. Nebyla sice již tak urážlivá či nedůstojná pro většinu čtenářské obce Rock&Popu.

Recenze byla psána opět nevybíravým způsobem a jasně vyjadřuje osobní názor Jana Vedrala na Leoše Mareše, coby zpěváka, kterého jako zpěváka vůbec neuznává. Jednalo se konkrétně o recenzi na CD s názvem Tři slova.

„Věnuji mu víc než tři slova, ale nebudou moje:
Leoši, Mareši, Leoši, joho!

⁷⁸ LINDAUR, Vojtěch. *Editorial*. In *Rock&Pop*, 2002, č. 1, s. 10. ISSN 0862-7533.

⁷⁹ VEDRAL, Jan . In *Rock&Pop*, 2001, č. 12, s. 101. ISSN 0862-7533.

⁸⁰ In *Rock&Pop*, 2002, č. 1, s.3. ISSN 0862-7533.

⁸¹ VEDRAL, Jan . In *Rock&Pop*, 2002, č. 2, str.3. ISSN 0862-7533.

Mámo, sper ho! (Leoš teď utíká a myslí na ženu, kde já ten kožich teď honem seženu?)
Doktorku Mrázovou na něj!⁸²

Po odchodu Jany Kománkové z redakce mu byla svěřena rubrika PelMel. Nezměnila velmi svůj charakter, ani styl. Honza Vedral si v roli redaktora odpovědného za jednu celou rubriku vedl velmi dobře. Jen se při recenzích občas nechal unést a přehnal to se svou prudkou výřečností.

4.6 Formát a rozsah časopisu Rock&Pop

Formát a rozsah časopisu se měnil několikrát. Z původního formátu, tzv „mladosvětského“, se v roce 1991 proměnil časopis na velkoplošné noviny. Toto rozložení si Rock&Pop udržel až do roku 1996, kdy se podoba tohoto hudebního periodika razantně změnila. Z novinového formátu přešla do klasického magazínu.

Rozsah stran kolísal něco kolem sta stran. V roce 1997, tedy v ročníku osmém, se počet stránek vyhoupl až na závratných 132.

„Počet stran se měl zvýšit na 164 a Rock&Pop měl mít podstatně širší tematický záběr, týkající se nejen hudby, ale také nových technologií, stylu, filmů. Bohužel v tu chvíli nám již na krk šlapala katastrofická finanční situace. Místo zvyšování počtu stran jsme proto naopak museli jejich počet snížit na sto“⁸³

Lindaur tak zdůvodnil, proč se časopis nemůže rozšířit, podle jeho představ. Tíživá ekonomická situace časopisu nedovolila vytoužené rozšíření stran. Kvůli tomu nemohly vzniknout plánované rubriky, které by možná zvedly prodejní čísla časopisu. Ačkoliv by neměl být počet stran pro kvalitní hudební periodikum rozhodující, v případě Rock&Popu to bylo naopak. Dnešní Rock&Pop má rovných 100 stran.

5. SOUČASNÝ ČASOPIS ROCK&POP

Rock&Pop se za devatenáct let hodně změnil. Samozřejmostí jsou grafické úpravy. Nové trendy a techniky umožnily grafikům časopisu vymýšlet stále nové návrhy a vylepšovat tak celkovou koncepci časopisu, která byla zasazena do jednotného stylu.

⁸² VEDRAL, Jan . In *Rock&Pop*, 2001, č. 12, s. 101. ISSN 0862-7533.

⁸³ LINDAUR, Vojtěch. *Zůstávám připraven*. [online]. [cit. 2008-02-25]. Dostupné z URL: <<http://musicserver.cz/clanek/5942/Vojtech-Lindaur-Zustavam-pripraven> >.

Abych co nejlépe zmapovala časopis Rock&Pop v jeho současnosti, pomohla mi čísla vydaná za posledních devět měsíců. Tedy od červnového čísla 2008 až do únorového čísla 2009.

Nyní⁸⁴ je časopis Rock&Pop opět bez šéfredaktora. Právě v červnovém čísle 2008 měl Rock&Pop naposledy obsazen post šéfredaktora⁸⁵. Do únorového čísla 2009 byla redakce stále bez redaktora, pouze s vedoucím redakce. Je tedy patrné, že po odchodu Vojtěcha Lindaura se redakce Rock&Popu neustále zmitá v různých výměnách na postu šéfredaktora.

Různými kompilačními pracemi o různých hudebních stylech se redakce stále snaží upoutat pozornost co nejvíce zájmových skupin. Například únorové číslo bylo věnováno SKA⁸⁶. Na několika desítkách stran jste si mohli přečíst o „*podivuhodném černobílém světě Ska*“.⁸⁷ O několik málo měsíců předtím (v říjnu 2008) se čtenáři Rock&Popu mohli setkat s metalovým, rockovým číslem časopisu.

„Listopadové číslo Rock&Popu se snaží zachytit jako obvykle co nejširší spektrum hudebních žánrů a směrů. Na stránkách Rock&Popu se můžete sočíst o rocku, folku, world music, metalu, indie, britpopu – čili od všeho něco, co si všestranný čtenář našeho časopisu zamiluje.“⁸⁸

Časopis se tedy ještě stále snaží pojmout co největší možné číslo čtenářů. Snaha být mainstreamovým časopisem pro střední proud se rozšířila na snahu být hudebním časopisem pro obecného, nevyhraněného posluchače hudby.

Ačkoliv se snaží časopis zachytit co nejvyšší počet čtenářů různého zaměření a jeho záběr je tedy neustálený, jeho rubriky jsou naopak stabilní. Dnes má časopis ustálený počet stran (100) a osm hlavních rubrik.

5.1 Rubriky časopisu

Většina názvů rubrik je pevně spjata s hudbou, s jejím nahráváním, přehráváním a následným poslechem. Tato slova běžně nalezneme na většině přehrávacích či nahrávacích přístrojích, které můžeme nalézt v jakékoliv domácnosti.

- | | |
|------------------------|------------------|
| 1) Rock&Top | 5) Record |
| 2) Fast Forward | 6) Replay |
| 3) Play | 7) Loop |
| 4) Pause | 8) Rewind |

⁸⁴ Nyní = únor 2009.

⁸⁵ In *Rock&Pop*, 2008, č.6. Ročník XIX. 6/293. ISSN 0862-7533.

⁸⁶ Rychlé, svižné tempo. Předchůdce reggae. Styl pochází z Jamajky.

⁸⁷ In *Rock&Pop*, 2009, č.1. Ročník XX. 2/301. Str.5. ISSN 0862-7533.

⁸⁸ HOŠNA, Martin. In *Rock&Pop*. Ročník XIX. 11/298. Str.5. ISSN 0862-7533.

Jednotlivé rubriky mají přiřazeny grafické symboly, které vyjadřují jejich slovní význam. Tato označení jsou taktéž běžně viditelná na našich přehrávačích. Jedná-li se o rubriku Record, naleznete na každé stránce této rubriky znak „tečky“, u rubriky Play najdete šipku směřující doprava.

Po otevření časopisu čtenáře nejdříve čeká několik stran reklam, upoutávky na různé společenské akce či plánované akce časopisu. Dále narazíte na přehledně členěný obsah, rozdělený i barevně – každá jednotlivá rubrika má svou barvu, což zjednodušuje orientaci v hledání obsahu časopisu. Stránka s obsahem je hojně doplněna obrázky týkající se tematiky daného čísla nebo vztahující se k jednotlivým příspěvkům v časopisu. Na této dvojstraně si také prohlédnete pečlivě rozepsanou tiráž a přečtete si úvodní slovo šéfredaktora – při současné situaci slovo vedoucího redakce.

5.1.1 Rock&Top

Rock&Top je rubrikou otevírající časopis. Rozprostírá se většinou od strany 6 do strany 9. Tato rubrika má informativní charakter.

Na boku těchto stran narazíte na modrý pruh s nadpisem News. V těchto pruzích jsou umístěny krátké, několikařádkové novinky ze světa hudebního businessu (někdy se jedná i o hudební drby ze života hudebníků), aktuálně chystané koncerty nebo o narozeninách či úmrtích známých zpěváků a ostatních aktérů hudebního světa.

Další částí této rubriky jsou krátké zprávy o velmi různých kapelách. Například v listopadovém čísle se zde sešla zpráva o vydání knihy o Kurtu Cobainovy, o šanci pro garážové kapely, o Sue Foley, Guns N' Roses a skupině Franz Ferdinand. Čeká vás tedy multižánrová sešlost novinek na několik decimetrech čtverečních. Podobně je tomu samozřejmě u všech čísel, kde vyšla rubrika Rock&Top.

Tato rubrika má za úkol informovat čtenáře o chystaných akcích. Můžou to být koncerty, vydání knih o hudebnících, oznámení o nově vyšlém CD a podobně.

Přesné řazení a čistý grafický styl dělá z tohoto pelmelu informací přehledný zpravodaj o budoucích „změnách“ v hudebním průmyslu.

5.1.2 Fast Forward

Rubrika Fast Forward má ještě vnitřní členění na Fast Interview a Glosy. Fast Interview jsou malé rozhovory s vybranými skupinami či interprety hudební scény. Rozsah

těchto interview je minimálně od 3 otázek. Maximum se pohybuje většinou do desíti. Ovšem najdou se i výjimky⁸⁹ s více otázkami. Jejich počet však nepřesáhne číslo 15.

Pro mini interview jsou vybírána různá hudební uskupení či sólový zpěváci. Pokud je číslo Rock&Popu zaměřeno na metal či ska, popřípadě jiný hudební žánr, rubriky Fast Forward a jejich krátkých rozhovorů se to nijak nedotkne. To znamená, že nejsou závislé na dané tematice časopisu.

Rozhovory jsou stručné, výstižné a vztahují se k aktuálnímu problému kapely či zpěváka. Otázky Rock&Popu jsou přesně cílené a odpovědi dotazovaných jasné. Ve třech otázkách a třech odpovědích se dozvíte přesně to, co by čtenáře mělo zajímat.

Každý rozhovor je uveden krátkou anotací, která pár slovy dá jasně najevo, čeho se bude následující fast interview týkat.

Další součástí této rubriky jsou Glosy. Na každé stránce rubriky Fast Forward je několik glos. Od ostatních příspěvků jsou jasně vyznačeny. Jsou vytištěny na černé ploše. U každé glosy je umístěna fotografie autora. Stálými autory těchto glos bývá Jaroslav Špulák, Kid A a Jakub Peřina.

Každou rubriku Fast Forward otevírá jeden větší rozhovor. Je to již výše zmiňovaný rozhovor, u kterého není počet otázek vyšší než patnáct. I tyto rozhovory se vztahují k aktuálnímu problému daného hudebního uskupení či interpreta. Na rozdíl od mini interviews, kde otázky více méně vycházejí z předešlých odpovědí zpovídáných, jsou tyto větší rozhovory pečlivě přichystány. Otázky jsou delší, předem připraveny. Málokdy navazují na předchozí odpověď.

Grafické uspořádání této rubriky je přehledné. Mezi jednotlivými rozhovory jsou jasné dělicí znaky, u každého z nich navíc průvodní fotografie, na které jsou ti, se kterými se rozhovor koná.

5.1.3 Play

Rubrika Play je stěžejní rubrikou časopisu. Hvězda hudebního showbusinessu, která je vyfocena na titulní stránce, je i hlavní „hvězdou“ daného čísla časopisu. Díky tomu je již na první pohled zřetelné, zda je časopis zaměřen na určitý hudební styl – tedy že vás uvnitř čeká rozsáhlá kompilační práce o daném žánru, nebo se bude časopis podrobně věnovat této osobnosti.

⁸⁹ SLEZÁK, Milan. *Našrot : Dvě desítky s Maradonou*. In *Rock&Pop*, 2008, č.11. Ročník XIX. 11/298. Str. 14. ISSN 0862-7533.

Počet stran, na kterých je rubrika Play umístěna, je vždy kolem třiceti stran. Zajímavostí, takovým milým překvapením, je, že v půlce této rubriky Vás čeká „odpočinek“. Pauza, která je zde vtipně provedena rubrikou Pause.

Stejně tak jako rubrika Fast Forward v sobě ukrývala další rozdělení (na fast interview a glosy), čeká čtenáře časopisu podobné rozdělení i v této rubrice. Dvěma stěžejními publicistickými žánry jsou články a rozhovory.

Tentokrát se jedná o rozsáhlé několikastránkové rozhovory, doplněné množstvím fotografií. Výběr osobností pro rozhovory není ničím určující. Otázky v rozhovoru jsou předem připraveny, ale naštěstí pro čtenáře jsou některé otázky pevně spjaty s předešlými odpověďmi. Reagují na předešlé odpovědi. Redaktoři tak nenechají čtenáře utápět se ve zvědavosti, proč tomu bylo tak či onak.

Po přečtení jakéhokoliv rozhovoru s rubriky Play si čtenář rozšíří své znalosti o dané osobnosti či skupině. Nechybí ani klasická anotace, která čtenáře řádně do daného rozhovoru, jak je ostatně jejím úkolem.

Další částí rubriky Play jsou články. Jedná-li se o číslo shrnující určitý hudební žánr, můžete si být stoprocentně jisti, že si o daném žánru přečtete všechna potřebná data. Od historie, přes současnost až po budoucnost. Jsou vám představeni hlavní aktéři toho stylu, jak domácí, tak zahraniční.

Například v únorovém čísle 2009 byl uveden souhrn informací o „*Podivuhodném černobilém světě ska*“⁹⁰. O ska jste si mohli přečíst na 10 stranách. Příspěvky byly přehledně uspořádány. Stránky, kde jsou články o hlavních představitelích žánru, který je tematikou časopisu, jsou doplněny o zajímavé informace týkající se právě onoho hudebního stylu. Tyto vedlejší informace jsou graficky odděleny od zbytku článku – stejně jako jsou glosy v Fast Forward odděleny od Fast interview. Jsou vytištěny v černém poli.

U článků samozřejmě nechybí fotografie. Články jsou psány srozumitelným jazykem. Po přečtení článků o metalu získá i příznivec klasického popu krásný přehled o tomto žánru. Nelze vyloučit, že si některé z doporučených skladeb daného autora nepůjde poslechnout, ať už přes dnes velmi oblíbený YouTube či kamkoliv jinam.

Grafické zpracování této rubriky nijak nevybočuje z celkové grafické koncepce časopisu. Vše je vzdušné, přehledně řazené. Díky tomu se i dlouhé články čtou velmi příjemně.

⁹⁰ In *Rock&Pop*, 2009, č.2. Ročník XX. 2/301. Str.5. ISSN 0862-7533.

Rubrika Play dá čtenáři ucelený pohled na rozebíranou tematiku nebo na určitého hudebníka. Obsáhlé rozhovory a články jsou zde účinným nástrojem, jak ke čtenáři dostat potřebné informace.

5.1.4 Pause

Pause je velmi milá a nápaditá rubrika. Svému názvu dostala stoprocentně. Nachází se vždy v půlce stěžejní rubriky Play, což čtenářům umožní odpočinek od hlavního tématu časopisu.

Rubrika Pause se rozkládá na několika málo stranách. Obsahuje ovšem jedny z nejzajímavějších informací v časopise. Zajímavé ve smyslu něčeho neznámého pro klasického mainstreamového posluchače hudby. Skládá se totiž ze stálé sekce World music a Jamrock. Její obsah se liší číslo od čísla – avšak world music a Jamrock nechybí nikdy.

Na několika málo stranách načerpá čtenář množství informací, které se mu můžou, ovšem také nemusí, hodit. Pro zajímavost a celkovou koncepci časopisu je tato rubrika ovšem nepostradatelná. Pro lidi se zájmem o world music je určitě zpestřením Rock&Popu, bohužel však nedostačujícím. Vzhledem k tomu, že je Rock&Pop mainstreamový časopis se snahou zaujmout co nejvíce čtenářů, je však tato rubrika naprosto odpovídající.

Kromě World Music se v Pause objevují Folk, HipHop&Soul, Jazz and Blues⁹¹. Zajímavosti ze světa World Music jsou řešeny formou rozhovorů s umělcem (či umělci) zabývajícími se tímto hudebním žánrem.

Pro čtenáře Rock&Popu můžou být tato jména velkou neznámou. Pravidelní čtenáři časopisu již ovšem některá jména dobře znají, protože v každém dílu rubriky Pause je na konci dvojstrany věnované world music umístěna hitparáda – World Music Charts Europe Top Ten⁹². Výsledky hitparády jsou z předešlého měsíce – to znamená, že v únorovém čísle byly publikovány výsledky za měsíc leden.

Osobně vnímám rubriku Pause jako vítaný zdroj netradičních informací. Vzhledem k mým ostatním zájmům mi na prozkoumávání tajuplných hudebních žánrů a exotických hudebníků nezbyvá mnoho času. Proto jsem ráda, že můžu mít v této oblasti zástupce, jakým je právě časopis Rock&Pop. Věří, že v této roli nejsem sama, a proto je rubrika Pause nepostradatelnou součástí tohoto hudebního periodika.

⁹¹ In *Rock&Pop*, 2008, č.6. Ročník XIX. 6/293. ISSN 0862-7533.

⁹² In *Rock&Pop*, 2008, č.6, s.41. Ročník XIX. 6/293. ISSN 0862-7533.

5.1.5 Record

Již svým názvem by mohla rubrika napovědět, jaké bude její hlavní cílení. Je to na nahrávky. Stěžejní pro tuto rubriku jsou recenze na nově vzniklé počiny všech možných interpretů různých hudebních směrů.

Nedílnou součástí této rubriky je Top 20. Ze všech hodnocených album se vybere dvacet nejlepších, ke kterému členové redakce Rock&Popu přiřazují hvězdičky. Nynější systém hodnocení umožňuje hodnocení v rozmezí od nuly po pětku – tedy pět hvězdiček. Přičemž pět hvězdiček je nejlepší možné dosažitelné hodnocení.

Počet recenzí je velmi různý, vždy se pohybuje kolem padesáti krátkých recenzí, někdy může počet přesáhnout i šedesát. Záleží na aktivitě hudebního průmyslu. Pod každou jednotlivou recenzí nalezneme počet hvězdiček, které albu věnoval člen redakce časopisu Rock&Pop. Pro zajímavost jsou ještě pod bodovým hodnocením interpreta uvedena adresa jeho osobní webové prezentace. Recenze se nevztahují pouze na hudební nosiče, ale také na čerstvě vydaná DVD.

Ke konci rubriky je uveden krátký přehled dalších plánovaných vydání hudebních nosičů pro aktuální měsíc. Tato část rubriky je v obsahu uvedena jako „Nemine nás“. Díky tomu tak časopis zohledňuje i nově vydaná CD, na které se můžou čtenáři časopisu těšit. Není výjimkou, že na tato avízovaná CD následuje v některém z dalších čísel recenze s odpovídajícím bodovým ohodnocením (dle recenzenta samozřejmě).

Rubrika Record ovšem výčtem budoucích vydání nekončí. Dlouholetou součástí časopisu je stránka „Jak to slyším“ – dříve Na vlastní uši. Jedná se o stranu, kde se osobnost z hudební branže zaposlouchá do několika málo hudebních nosičů a za pomoci redaktora Rock&Popu je hodnotí.

Record zastupuje právě tu část hudební publicistiky, ve které členové redakce hodnotí daný autorský počin, a kdy mají možnost do jisté míry ovlivňovat názory čtenářů a vzbuzovat diskusi. Vzhledem k tomu, že dnes již časopis neobsahuje žádnou část, kde by se zveřejňovaly dopisy čtenářů a jejich reakce, mají čtenáři k dispozici webovou stránku časopisu či jejich osobní stránku na Facebooku.

5.1.6 Replay

Jedním z významů anglického slova Replay je přehrát. Tato rubrika je zaměřena na odehrané živé koncerty. Redakce čtenářům jakoby znovu přehraje již uskutečněné koncerty.

Nejsou to však vždy recenze na nedávno uspořádané koncerty. Například v červnovém čísle roku 2008 byla uveřejněna reakce na koncert Bobbyho McFerrina z 15.března 2007⁹³.

Kdy byl jednotlivý koncert uskutečněn ukazuje velký červený bod s uvedeným datem a místem jeho konání. V této rubrice se o koncertech píše velmi pestře. Pokud má čtenář dobrou fantazii, může si díky těmto příspěvkům vychutnat atmosféru koncertu. Popis scény a všeho dění kolem bývá u většiny recenzí samozřejmostí. Pokud chybí popis scény, je zde pro čtenáře svěže popsána právě ona „nepopsatelná“ atmosféra jednotlivého koncertu, včetně hlavního programu vystoupení.

5.1.7 Loop

Na předposledním místě v obsahu časopise a ve výčtu jeho hlavních rubrika se nachází rubrika Loop. Tato rubrika se dělí na dvě sekce Film a Xerox.

Ve filmu se vždy objeví rozsáhlé hodnocení určitého filmového snímku. Další stránka určená pro tuto sekci se věnuje filmovým tipům. Jedná se o kratší recenze na daný film. Stejně jako u recenzí na hudební nosiče, i zde mají členové redakce možnost ohodnotit film počtem hvězdiček – od nuly po pětku. Filmová recenze většinou dělí podnadpisy „O čem je“, „Co se povedlo“, někdy i „Výhrady“⁹⁴.

O čem je - uvede čtenáře do děje filmu, případně je seznámí s hlavními postavami. Jsou vyjmenovány jejich pohnutky, popsány jejich charaktery či jejich předlohy.

Tuto filmovou dvojstranu velmi svěžím způsobem připravuje dlouholetý přispěvatel Rock&Popu Leoš Kofroň.

5.1.8 Rewind

Rewind na přehrávačích označuje přehrávání zpět. Je to proto charakteristické pro hlavní rys této rubriky. Jedná se o rubriku, která se věnuje časům minulým a jejich hlavním protagonistům.

Tato rubrika uzavírá celý časopis. Většinou se rozprostírá na deseti stranách. Tyto stránky jsou určeny dnes již notoricky známým osobnostem z hudebního (někdy i filmového) světa. Do historie se vrací vždy s více než dvěma interprety. Ačkoliv se může na první pohled zdát, že osoby uvedené v této rubrice spolu nijak nesouvisí, redaktoři časopisu přesvědčí čtenáře o opaku⁹⁵.

⁹³ In *Rock&Pop*, 2008, č.6. Ročník XIX. 6/293. ISSN 0862-7533.

⁹⁴ In *Rock&Pop*, 2009, č.2. Ročník XX. 2/301. Str.5. ISSN 0862-7533.

⁹⁵ In *Rock&Pop*, 2009, č.2. Ročník XX. 2/301. Str.5. ISSN 0862-7533. – v tomto čísle se v rubrice Rewind objevil po boku BlackSabbath popartový umělec Andy Warhol.

Rewind se již několik čísel věnuje představení hlavních protagonistů klasického rocku. Nechybí tedy medailonky (či spíše souhrnné informace) o AC/DC, Black Sabbath, ZZ Top, Hawkwind, a dalších.

V posledních číslech jako by se stal tradicí plakát. Pro čtenáře Rock&Popu jistě milé zpestření.

5.2 Reklama v Rock&Popu

Počet reklam se od krizových let 2001 a 2002 naštěstí snížil. V té době byl Rock&Pop jedním z hudebních periodik, které obsahovalo neuvěřitelně mnoho reklam, zejména výrobců tabákových produktů nebo mobilních operátorů⁹⁶.

Dnes jsou uvnitř časopisu reklamy umístěny velmi střízlivě. Většinou jsou pevně spjaty s hudební tematikou – jedná se o různé upoutávky na hudební soutěže, rádia či nově chystaná CD. Tyto reklamy převažují, avšak výjimky potvrzují pravidlo. Proto můžeme v časopise narazit i na jiné reklamy (například výstavy, filmy). Tyto obrazové upoutávky jsou v menšině.

Současná podoba časopisu se mi velmi líbí. Ačkoliv se sama osobně nemůžu zařadit mezi stoprocentní hudební fanoušky a fajnšmekry, časopis má pro mě určité kouzlo. Je určitě příjemným zpestřením při dlouhých cestách dopravními prostředky. Díky přehlednosti, kterou nyní časopis nabízí, si každý čtenář může vybrat, co se mu právě chce číst a k ostatním článkům či rozhovorům se dostane později.

6. FILTER

Hudební časopis Filter je v současnosti nejprodávanější hudební periodikum v České republice. Vlastní jej konkurenční vydavatelská společnost Mafra, a.s. Náklady jeho výtisků se pohybují v rozmezí kolem 20 000 kusů⁹⁷. V tomto periodiku je možno najít kvalitní recenze, které čtenáři přinesou požadovanou informační hodnotu o novém počínu oblíbené hudební formace či hudebníka. Sází také na souhrnné práce, které jsou pro redaktory časopisu velmi časově náročné. Jako například každoroční sumarizování nových hudebních počínů či skládání hitparád o padesáti až sto příčkách na různá společná témata.

⁹⁶ LINDAUR, Vojtěch. *Zůstávám připraven*. [online]. [cit. 2008-02-25]. Dostupné z URL: <<http://musicserver.cz/clanek/5942/Vojtech-Lindaur-Zustavam-pripraven>>.

⁹⁷ BENEŠ, Pierre. Šéfredaktor časopisu Filter. [CD]. [cit. 2009-02-27]. Archiv autorky.

Časopis Filter v této práci zmiňuji nejen proto, že je velkým konkurentem časopisu Rock&Pop, ale také proto, že Filter využil „místa na trhu“ v době, kdy Rock&Pop přestál svou krizi a znovu hledal své místo u čtenářů hudebních časopisů. V době největší krize navíc předchůdce Filteru – Ultramix – zažíval své nejlepší období.

6.1 Ultramix – předchůdce Filteru

Hudební časopis Filter, který je, jak jsem uvedla výše, v současnosti nejprodávanější hudební periodikum v České republice – má svého předchůdce. Časopisu Filter předcházela hudební časopis Ultramix. Pod vedením stejného šéfredaktora Pierra Beneše se periodikum těší velké oblibě u čtenářů. Dnes již tento původní neexistující hudební časopis vycházel od prosince 2001. Tehdy vyšlo nulté číslo tohoto časopisu.

Časopis vznikl z rozhodnutí dvou velmi dobrých přátel, jejichž koníčkem byla právě hudební publicistika - Pierra Beneše a Radka Laciny. Jejich rozhodnutí vyplývalo hlavně z tehdejšího postavení hudebních časopisů na trhu.

„Rozhodli jsme se tak proto, že jsme chtěli zaplnit díru v hudební publicistice, která tady tehdy byla.“⁹⁸

První promluva ke čtenářům byla plná očekávání a slibovala další skvělá vydání.

„V tlapkách máte nový časopis, věnovaný progresivním hudebním směrům současnosti, od všech žánrů a podžánrů taneční hudby až po experimentální elektroniku či inovativní kytarové záležitosti nebo inteligentní pop. Měsíčník ultramix je pupeční šňůrou spojen s hudebním televizním stejného jména z bytší televize TV3, který se v brzké době (doufejme) znovu objeví na našich obrazovkách, a vznikl z jednoduchého důvodu – na českém trhu není časopis, který by se zabýval kvalitní progresivní hudbou v širším kontextu, bez omezení a v dostatečné míře. Ultramix je tedy odpovědí na magazíny, které se touto hudbou zabývat nechtějí či jí věnují jen okrajový prostor. Toto je jeho nulté číslo, v lednu u:mix na stáncích nehledejte, ale jen co roztají ledy, budeme zpátky.“⁹⁹

XMag¹⁰⁰ byl pro zakladatele Ultramixu svým zaměřením až příliš taneční a Rock&Pop byl dle jejich mínění zase „vyšumělý a těžký“. Jejich záměrem a hlavním cílem bylo vytvořit lehké hudební periodikum. Z vlastních prostředků financovali vydání nultého čísla časopisu, který nazvali Ultramix (U:Mix).¹⁰¹

Po dlouhých vyjednáváních sehnali výše uvedení pánové Beneš s Lacinou prvního vydavatele. Byla jí společnost Houser.cz. Časopis se za pár let své existence rozšířil o desítky stran. Mezi oblíbené marketingové tahy hudebních časopisů na trhu hudební publicistiky patří přidávat zdarma různé CD kompilace. Ultramix nebyl výjimkou. Od září

⁹⁸ Tamtéž.

⁹⁹ BENEŠ, Pierre. In *Ultramix*, 2001, č.0, s. 3. ISSN 1212-4958.

¹⁰⁰ XMag – hudební časopis. Jeho hlavním zaměřením byla taneční hudební scéna.

¹⁰¹ BENEŠ, Pierre. Šéfredaktor časopisu Filter. [CD]. [cit. 2009-02-27]. Archiv autorky.

2002 mohli čtenáři v časopise najít bonus v podobě hudebního nosiče. Redakce vydávala zajímavá kompilační CD, která obsahovala mix taneční hudby, alternativy, grunge, elektra a různých, v kompilacích středního proudu často opomíjených, hudebních stylů.

6.2 Září 2002 a časopis Ultramixu

Září 2002 se stal pro časopis Ultramix přelomovým obdobím. Kromě nově zavedených hudebních nosičů jako dárků (či bonusů) se časopis rozšířil o dvanáct stran. Na titulní straně se objevilo zbrusu nové logo Ultramixu.

Navíc se redakce odhodlala i ke změně grafického stylu. Ten se po zářijové rekonstrukci stal mnohem přehlednějším a čitelnějším.

Lehce se změnila i koncepce časopisu. V zářijovém čísle aktuálně zareagovala redakce na povodně v Praze a mohla tak sestavit zajímavý článek o dopadu povodní na českou klubovou scénu v návaznosti na ekonomické dopady následných nutných úprav a znovuzprovoznění.

Zařadila se také úspěšná rubrika Retro – kterou šéfredaktor Pierre Beneš zařazuje mezi rubriky Filteru dodnes. V této rubrice vyšly články například o hudebních uskupeních Sister of Mercy, The Clash, Cocteau Twins. Dále byla vybírána témata, která nebyla ještě v hudebních periodikách zmíněna (viz O dopadu povodní na klubovou scénu) či představování hudebníků a skupin středního proudu, kteří jsou velmi oblíbeni zatím jen u malé skupiny posluchačů, protože zatím nejsou příliš známí.

Směr, kterým se časopisy vydal, jde nejlépe ukázat právě na tomto zářijovém čísle, kdy byla celková koncepce lehce upravena. Na titulní stránce je pražská formace Ecstasy of St. Theresa, o jejímž, tehdy novém, albu byl uvnitř časopisu velmi zajímavý článek. Další rozhovor byl s vůdci pařížské discoscény – Casius. Dále rozhovor s punkery Chumbawamba, jejichž texty mají původ ve starých britských písních a tradičních nápěvech. Na pestrosti dalšího rozhovoru neubrali pražští Ohm Square či Indy a Wich.

Časopis potkala i změna vydavatele, která však na další působení časopisu neměla výraznější vliv. Z krachující společnosti TinTin World Media s.r.o. přešli pod vydavatelství iMédia s.r.o. - dnes již neexistující společnost, která měla pod sebou i úspěšný časopis pro taneční scénu XMag.

Toto vydání 09/2002 přineslo pro časopis několik velkých změn. Redakce zavedla pravidelné vydávání kompilačních CD jako příloh, rozšířila vydání časopisu o dvanáct stránek

a změnila se také cena periodika. Cena jednoho výtisku časopisu Ultramix byla „dramaticky“ upravena ze 34,90 Kč na 119,- Kč

Zatímco Ultramixu se teoreticky dobře dařilo, Rock&Pop čekala největší krize v jeho relativně dlouhé historii.

6.3 Redakce Ultramixu

Šéfredaktorem časopisu Ultramixu byl Pierre Beneš. Funkce šéfredaktora se v průběhu všech let, po které byl časopis vydáván, nenásilně prolínala a posouvala do funkce editora, artdirectora, hearteditor¹⁰². Většinu textů zpočátku Beneš a Lacina psali a zbytek kontrolovali. Měli zájem na tom, aby se z Ultramixu stal kvalitní a prestižní časopis.¹⁰³

Další jména, která se pro redakci stala opravdu významnou posilou, byla: Vlasta Beránková, Pavel Kučera a Radek Bureš. Kromě těchto jmen se v časopise objevují samozřejmě i jiná jména.

První větší redakční změny přišly v polovině roku 2003, kdy plně převzal časopis Pierre Beneš a Radek Lacina odstoupil z postu zástupce šéfredaktora. Pierre Beneš zaměnil tradiční označení funkce šéfredaktora za originální název funkce Dirigent a první housle.

Kvůli rozdílným názorům a neshodě v redakci opustil Radek Lacina Ultramix úplně v říjnu 2003. V listopadovém čísle již jeho jméno nikde nefiguruje.

Ultramix už nebyl časopis věnující s čistě progresivním stylům hudby. V dalších vydáních časopisu s objevují velké články o popových hvězdách jakými jsou Robbie Williams či Kylie Minogue. Začaly se pozvolna objevovat témata technického rázu, s hudbou související technické věci – mp3, soustavy reprobeden a podobně.

6.4 Rubrika Retro

V časopise Ultramix byla velmi oblíbenou a velmi žádanou rubrikou rubrika Retro¹⁰⁴. Články zaměřující se na slavné, známé i méně známé hudební uskupení v minulosti. Retro byla tak úspěšnou rubrikou, že si ji Pierre Beneš přenesl a zachoval i v současném Filteru. Výběr skupin, o kterých bude v budoucích číslech psáno, není ničím limitován. Objevili se tam například Abba, Beatles, Rolling Stone, Clash.

¹⁰² BENEŠ, Pierre. Šéfredaktor časopisu Filter. [CD]. [cit. 2009-02-27]. Archiv autorky.

¹⁰³ Tamtéž.

¹⁰⁴ BENEŠ, Pierre. Šéfredaktor časopisu Filter. [CD]. [cit. 2009-02-27]. Archiv autorky.

Rubrice Retro časopisu Filter se svou charakteristikou podobá rubrika Rewind časopisu Rock&Pop. V Rock&Popu je ovšem tato rubrika rozsáhlejší a vždy se zabývá více uskupeními najednou.

6.5 Filter na počátku a nyní

První číslo nového hudebního časopisu Filteru vyšlo v květnu 2005. Podobně jako Melodie měl původ v dobře zavedeném časopise, ačkoliv přechod z Ultramixu na Filter nebyl tak plynulý.

Ihned po uvedení na trh se stal velkým konkurentem Rock&Popu v prodejnosti. Filter míří na cílovou skupinu mladých lidí od 16 let maximálně do 30 let. Na hudební časopis je to velmi široký záběr. Jako každý současný hudební časopis obsahoval měsíční plánovač kulturních akcí; Fotoreporty pod názvem Měsíc v obraze – časopis Rock&Pop nikdy nešel cestou samostatných fotoreportů.

Nejprodávanější hudební časopis u nás vychází v nákladu 20 000 ks. Reálná prodejní čísla se pohybují od 8 000 ks do 12 000 ks. Rekordní číslo prodeje bylo 16 000 ks. Stalo se tak, když byla na obálce časopisu skupina Kontrafuckt¹⁰⁵.

Pokud se na obálce časopisu objeví v té době jedna z nejoblíbenějších skupin cílové skupiny, prodá se výtisků mnohem víc, než byl předpoklad. Podle slov šéfredaktora Filteru Pierra Beneše je stálých čtenářů Filteru něco kolem 6 000. V každém případě, ať by redakce napsala cokoli, ať by na obálce byl kdokoliv¹⁰⁶.

Časopisy Filter a Rock&Pop jsou si velmi podobné. Rock&Pop si ovšem po překonané krizi zachová tvář seriózního hudebního periodika s čistou vnitřní úpravou a jasně řazenými rubrikami. Stálé rubriky má samozřejmě i časopis Filter. Pokud budete listovat časopisem Filter, zřetelně uvidíte, na koho je časopis mířen. Bujará a pestrá grafika, velké nadpisy, do očí bijící obrázky. K podstatným informacím (pokud vůbec v časopise jsou) se jen těžko dostanete. Jedná se o informace bez hlubšího kontextu, takže si je čtenář přečte, nějak si je rozebere a s největší pravděpodobností rychle zapomene.

Pohodlná společnost vyžaduje od časopisů nenáročnost. Lidé jsou unavení a pokud hudba není jejich koníčkem nebo určitým prioritním zájmem, chtějí si při četbě časopisu podobného typu odpočinout. Mají sice zájem o přísun nových informací, ale musí se podat nenásilnou jednoduchou formou, nejlépe bulvárního typu.

¹⁰⁵ Tamtéž.

¹⁰⁶ Tamtéž.

7. SOUČASNÁ HUDEBNÍ PUBLICISTIKA

Současná hudební publicistika se odehrává v několika liniích. Už to nejsou jen hudební časopisy, které zpravují svět o novinkách z hudební branže. Díky technickým, technologickým novinkám se hudební publicistika rozvětvila do tří na sobě nezávislých (ale na sebe odkazujících) médií. Mimo hudební časopisy se hudební publicistika rozšířila na internet – do hudebních serverů a hudebních televizí a pořadů.

„Hudební časopisy přestaly být jedinými zdroji relevantních informací - nastoupil internet, hudební televize, fanziny. Scéna populární hudby se ohromně rozrůžnila, každý styl a podstyl (s jakkoli jepičím životem) začal mít svůj časopis.“¹⁰⁷

Již dávno pryč jsou doby poměrně plochého hudebního výběru let devadesátých, kdy jednoznačným králem populární hudby byl Michael Jackson. Pochytit všechny hudební styly a sledovat aktuální dění na hudební scéně není lehký úkol. S trochou nadsázky by se dalo říct, že každou chvíli vznikne nový hudební styl. Mainstreamové hudební časopisy nejsou nafukovací, jejich stránky už nestačí ani na ty hlavní hudební proudy. Redakce vybírají pouze ty nejrelevantnější informace. Další informace (u hudebních stylů, které se těší oblibě, ale už ne takové, aby se o nich podrobně psalo v časopisech) můžou fanoušci získat právě na internetu.

7.1 Hudební servery

Hudební servery jsou zde pro uveřejňování rozhovorů, recenzí CD, DVD, koncertů apod. Nechybí ani kalendáře akcí, fotoreporty ze zajímavých koncertů, někdy jsou zde umístěná i videa z těchto koncertů. Oproti časopisům mají tyto hudební servery dvě podstatné výhody.

Tou první je aktuálnost. Každou chvíli můžou redaktoři těchto internetových serverů přidávat své články a jiné příspěvky na stránky. Jsou plné zbrusu nových informací a aktualit ze světa hudby.

Druhou výhodou je místo, prostor. Na internetu jsou kvanta informací. Informace jsou na serverech, podobně jako v časopisech, rozděleny do různých rubrik. Na rozdíl od časopisu, který je limitován prostorem, není hudební server omezen prostorem. Dle měření počtu

¹⁰⁷ LINDAUR, Vojtěch. *Zůstávám připraven*. [online]. [cit. 2008-02-25]. Dostupné z URL: <<http://musicserver.cz/clanek/5942/Vojtech-Lindaur-Zustavam-pripraven> >

stránek internetovým serverem yahoo.com vyšlo najevo, že hudební server MusicServer má něco přes 107 000 stránek¹⁰⁸.

Pro uživatele, kteří se neradi probírají množstvím informací ze všech hudebních serverů, je zde server www.musiclist.cz. Tento server je v podstatě takový agregát různých hudebních serverů. Sdružují se zde informace z desítek českých hudebních serverů. Jestli je mezi nimi i oblíbený hudební server uživatele, zjistí lehce. Stačí se podívat na stránku zdrojů. Informace z internetové podoby hudebního časopisu Rock&Pop nechybí¹⁰⁹.

8. BUDOUCNOST HUDEBNÍCH PERIODIK

Množství hudby, které se na nás chrlí ze všech možných i nemožných koutů, je jen těžce zachytitelné. Žádný hudební časopis není schopný včas, ještě za tepla, napsat článek o novém albu, nové skladbě a vůbec jakémkoli novém hudebním počínu. V aktuálnosti ztrácejí časopisy na hodnotě. Je jasné, že nestíhají zaznamenávat aktuální hudební novinky.

Veřejnost se k novinkám z hudebního trhu, díky technickým vymoženostem jako je internet, dostane dřív, než o nich stihne vyjít článek. Je potom nasnadě otázka, zda je ještě potřeba hudebních periodik nezbytná. I podle samotného šéfredaktora Filteru, Pierra Beneše, je jen otázkou času, kdy se dostupnost technických věcí zvětší natolik, že již tištěných periodik nebude zapotřebí. Můžeme jen doufat, že se hudební časopisy nebudou tisknout jen z nostalgie.

Přes internet se dnes stahují kvanta hudební produkce z celého světa. Hudební servery mají oproti hudebním časopisům výhodu právě oné aktuálnosti. Když redaktoři jakéhokoliv hudebního serveru ,zmerčí‘ něco tematicky zajímavého, neváhají to zpracovat a umístit ihned na internet. Kdežto v tištěných verzích se musí čekat na vydání dalšího čísla.

8.1 Internet vs. tištěná periodika

¹⁰⁸ Ve spolupráci s ing.Martinou Kochaničkovou, která zastává pozici Linkbuilder v internetové společnosti eBrána, jsme změřily počet stran. Při zadání odkazu [site:http://musicserver.cz](http://musicserver.cz) na stránce www.yahoo.com se zobrazí počet relevantních stránek daného webu. Ing.Martina Kochaničková považuje tento zdroj za nejspolehlivější, neboť s ním denně pracuje.

¹⁰⁹ *MusicList*. [online]. [cit. 2009-02-21]. Dostupné z URL: < <http://www.musiclist.cz/seznam-zdroju/> > .

Internet je nejaktualizovanějším médiem. Svou aktuálností bohužel tištěná hudební periodika několikanásobně převyšuje. Problém, se kterým se potýká většina časopisů i deníků, vyřešili vydavatelé umístěním elektronické verze svého periodika na internet.

Velkou konkurencí se pro hudební periodika náhle staly hudební servery. Jejich informace jsou maximálně aktuální. Nehledě na to, že díky využití internetu mají daleko větší možnosti reagovat na „poptávku“ čtenářů. Aktualizace dat na hudebních serverech je každodenní. Každý den přibývají nové články a komentáře z hudebního světa. Hudební časopisy musely začít chtít nechtě soupeřit s hudebními servery.

Mezi nejznámější a nejnavštěvovanější české hudební servery patří:

1. **MusicServer** – v jeho redakci jsou zkušení hudební publicisté, jako například František Matějčík, Jaromír Merhaut, i Honza Vedral – který prošel Rock&Popem. Tento server vlastní společnost IMEG, s.r.o., která je také provozovatelem stránek www.cihc.cz – České internetové hudební ceny, udílené od roku 2001¹¹⁰.
2. **MusicWeb** – vydavatelem a provozovatelem hudebního serveru MusicWeb je Marek Soldát. Server byl založen na podzim roku 2003. Soldát si uvědomil vzrůstající sílu internetu a on-line médií a jeho reakcí na tento stav byl právě hudební server MusicWeb¹¹¹.
3. **MusicZone** – hudební server MusicZone byl založen 6.3.2002. Redakce je tvořena převážně studenty. Obsahem hudebního serveru jsou zejména recenze, rozhovory s hudebníky a lidmi „z branže“¹¹². Nechybí samozřejmě aktuální krátké novinky a všudypřítomná diskuse.

I na internetu se čile debatuje o budoucnosti tištěných hudebních periodik.

„A co si budeme nalhávat - na záchod si hudební web s sebou nevezmete, takže časopisy tady s námi ještě budou dlouho a budeme se spíše doplňovat, než si konkurovat.“¹¹³

Časopisy i přesto mají svou unikátnost. Nejen kvůli spekulaci, co si s sebou budeme brát na záchod. Ještě stále si většina z nás o svém idolu přečte z něčeho hmatatelného. Něco, co si může uchovat, a když bude mít chvíli, vytáhne to a znovu si to přečte.

¹¹⁰ *Internet Media&Entertainment Group*. [online]. [cit. 2009-02-02]. Dostupné z URL: <<http://www.imeg.cz>>.

¹¹¹ *Vítěz: Marek Soldát*. [online]. [cit. 2009-31-01]. Dostupné z URL: <http://www.juniorinternet.cz/old/index.php3?zobraz=vitez_soldat>.

¹¹² *O nás*. [online]. [cit. 2009-01-05]. Dostupné z URL: <<http://www.musiczone.cz/o-nas>>.

¹¹³ BALUŠEK, Jan. *Hudební časopisy versus hudební servery*. [online]. [cit. 2008-03-09]. Dostupné z URL: <<http://www.musicserver.cz/clanek/21409/Hudebni-casopisy-versus-hudebni-servery/>> .

Ani to však nakladatelství hudebních časopisů nepřesvědčilo a nechtěli zůstat v aktuálnosti pozadu. Kvůli neustále narůstajícímu tlaku hudebních serverů musela vydavatelství hudebních časopisů reagovat. A tak se stalo, že hudební periodika mají svou elektronickou podobu.

8.2 Rock&Pop na internetu

Boj o čtenáře tedy začíná i na poli internetu. Každý z reportérů a kritiků může mít svůj blog. Blog umožňuje svým majitelům zveřejňovat své myšlenky, nápady, hodnocení nebo příběhy.

Časopis Rock&Pop vyrazil do tohoto boje poměrně hrdinně. Vydavatelství One&one Company vlastní doménu www.rockandpop.cz¹¹⁴, která se po zadání nikam nepřesměruje. Což je pro uživatele internetu méně matoucí, než-li doména hudebního časopisu Filter. Tento spadá pod rozsáhlé vydavatelství Mafra. Společnost Mafra sice vlastní¹¹⁵ doménu www.filter.cz, ale po jejím zadání se stránka přesměruje na informační server idnes.cz, do kategorie Kultura. V této kategorii je časopisu vyhrazena subkategorie s názvem Filter, shodná s názvem časopisu.

Z uživatelského hlediska je na tom tedy Rock&Pop lépe¹¹⁶. Stránky jsou přehledné, utříděné a čtenářům Rock&Popu můžou připomínat řazení časopisu. Zajímá-li Vás aktuální číslo tištěné, stačí si kliknout na záložku Časopis a hned vidíte obsah časopisu poskládaný do úhledného vyprávění¹¹⁷.

Webová prezentace časopisu nesplňuje základní předpoklady SEO¹¹⁸ – tedy že nemá vyplněny SEO fields¹¹⁹. Tyto atributy optimalizace pro vyhledávače stránka nutně mít nemusí. Avšak po zadání klíčového slova do fulltextového vyhledávače by se webová prezentace Rock&Popu mohla zobrazovat na prvních pozicích například ve vyhledávacích Seznam.cz či Google.cz. Tím by se nejen zvýšila návštěvnost stránek, ale časopis by se tak mohl lépe dostávat do podvědomí dalších lidí se zájmem o hudbu.

Časopis Rock&Pop není ale žádnou výjimkou. Nejen on má svou podobu na internetu. Všechny časopisy, o kterých se zmiňují níže – v přehledu současných hudebních periodik

¹¹⁴ *Vyhledávání v registru*. [online]. [cit. 2009-01-07]. Dostupné z URL: <http://www.nic.cz/whois/?d=rockandpop.cz>.

¹¹⁵ *Vyhledávání v registru*. [online]. [cit. 2009-01-07]. Dostupné z URL: <http://www.nic.cz/whois/?d=filter.cz>.

¹¹⁶ ČAPEK, Michal. [email]. [cit. 2009-01-07]. Archiv autorky. Obsah emailu jako Příloha IV.

¹¹⁷ *Časopis – Rock&Pop*. [online]. [cit. 2009-01-07]. Dostupné z URL: <http://www.rockandpop.cz/casopis/>

¹¹⁸ ČAPEK, Michal. [email]. [cit. 2009-01-07]. Archiv autorky. Obsah emailu jako Příloha IV.

¹¹⁹ Vyplněná SEO fields se zjišťují následovně: po otevření námi žádané stránky klikneme pravým tlačítkem myši do libovolného prostoru na stránce. Objeví se nabídka, zvolíme možnost Zobrazit zdrojový kód a v něm vyhledáme požadované informace – tedy metadescription, metakeyword

mají své webové prezentace. Tyto prezentace jsou různé, stejně jako časopisy. Vzhledem k širokému záběru časopisu Rock&Pop se na jeho stránkách dozvíte více obecných informací ke všem hudebním stylům. Naopak pouze na stránkách časopisu Folklor se dozvíte o plánovaných folklorních akcích¹²⁰.

Webové prezentace jednotlivých časopisů jsou tedy uzpůsobeny zaměření jejich tištěné podoby.

8.3 Hudební servery vs. Hudební periodika

Hudební servery mají tedy nespornou výhodu v aktuálnosti témat a v možnosti rychle reagovat na čerstvé novinky z hudebního světa. Běžný uživatel internetu si navykne na přísun těchto informací velmi snadno. Časopis vycházející jednou za měsíc potom může být pouhým souhrnem důležitých dat z hudebního světa. Pakliže časopis neobsahuje větší souhrnnou práci o oblíbeném interpretovi, či zajímavou přílohu v podobě CD či jinou, není zde pro většinu lidí důvod si časopis zakoupit.

Dalším přitažlivým faktem pro čtenáře hudebních serverů je přímá, jasná a rychlá komunikace s autory příspěvků. Možnost reagovat ihned na jejich zveřejněné výroky je zde dovolena pomocí tzv. diskusí. V případě hudebního serveru MusicServer je diskuse veřejná. Uživatel se nemusí registrovat¹²¹.

Čtenářům tištěných periodik nezbyvá však nic jiného, než si svůj názor sdílet sám pro sebe či se svými blízkými přáteli, znalých tématu. V posledních číslech časopisu Rock&Pop totiž redakce úplně vypustila rubriky s názory čtenářů a s jejich dopisy¹²². Časopis Rock&Pop přišel ovšem s brilantním, a v současné době velmi populárním, řešením, jak dát jejich příznivcům i odpůrcům šanci se vyjádřit. Zapojením do sociální sítě FaceBook dal možnost aktuálních komentářů nejen svým redaktorům, ale především všem čtenářům a přátelům čtenářů časopisu Rock&Pop vyjádřit se k tématu, zapojit se do diskuse.

V případech internetových diskusí se ovšem s informace na nich uveřejněnými musí pracovat velmi opatrně. Tyto informace jsou opravdu jen názory jednotlivých čtenářů na příspěvky hudebních publicistů či počiny jednotlivých interpretů. Co se ale diskusím upřít nedá je jejich interaktivita a možnost ihned reagovat na jakokouliv odpověď.

8.4 Sociální síť a Rock&Pop

¹²⁰ Myšleno mezi ostatními hudebními časopisy.

¹²¹ *Názory*. [online]. [cit. 2009-01-07]. Dostupné z URL: <<http://musicserver.cz/nazory/>> - Po kliknutí myší na odkaz Reagovat můžete rovnou vepsat odpověď, která se ihned na stránkách zobrazí.

¹²² In *Rock&Pop*, 2009, č.2. Ročník XX. 2/301. ISSN 0862-7533.

Časopis Rock&Pop se do sociální sítě FaceBook připojil začátkem roku 2009. Na svých stránkách to v sekci Zprávy redakce oznámila 5.2.2009¹²³.

„Casný¹²⁴, že to není žádná novinka, Facebook už dnes využívá kde kdo, ale i tak třeba oznámit, že na něm valíme už i my.“¹²⁵

Tímto oznámením, které se v den zveřejnění zobrazí na homepage¹²⁶, dal časopis jasné vyjádření o zapojení do této světové sociální sítě. Navíc s přímým linkem¹²⁷ na jejich stránku ve Facebooku. Redakce tak zajistila, že každý uživatel, který na tento odkaz klikne, bude mít možnost zaregistrovat se přes uživatele Časopis Rock&Pop¹²⁸ do sociální sítě a stát se tak součástí velké skupiny lidí sdílejících podobné zájmy.

Sociální sítě jsou totiž specializované vyhledávače, které mají k dispozici utříděná strukturovaná data. Všechna tato data se zaznamenávají v přesně stanoveném formátu, které je vyhledávačům pomáhají určit a zařadit. Navíc všechny položky obsažené v těchto vyhledávačích jsou kategorizované do přesných číselníků. Což je ten *největší rozdíl oproti běžným, fulltextovým vyhledávačům*.¹²⁹

Běžným zadáním různých indicií, například zálib, věku, vyjede seznam skupin, lidí, jejichž internetovými přáteli se můžete stát. Časopis Rock&Pop si určil typ skupiny otevřené. To znamená, že se může přidat každý a navíc přizvat i ostatní přátele a známé ze sítě.

Výhodou sociálních sítí je, FaceBook není výjimkou, že spojí lidi stejného zájmu, ovšem mnohdy rozdílných názorů. Uživatelé této skupiny mezi sebou mohou sdílet data o sobě, své zájmy, profesi, věk, fotografie, videa. Hlavně ale mohou o všem diskutovat.

Zapojením se do diskusí k aktuálním tématům dává Rock&Pop možnost svým čtenářům vyjádřit se ke všemu, k čemu chtějí. Do diskuse se mohou připojit všichni.

Internetovou diskusi v tomto případě považují za pozitivní přínos. Redaktoři hudebních časopisů mohou tak sledovat zájmy svých skalních fanoušků a mírně přizpůsobit svou práci. Na diskusích lze jasně rozpoznat kvalitní názor od názoru člověka, který má potřebu jen hanět něčí práci.

¹²³ *Jestli jste na facebooku, přidejte se k nám: ani Rock&Pop nezahálí a hledá kámoše*. [online]. [cit. 2009-02-07]. Dostupné z URL: <Http://www.rockandpop.cz/zpravy/ostatni>.

¹²⁴ Jde o přesnou citaci, která byla převzata ze stránek časopisu Rock&Pop. Zřejmě se bude jednat o překlep.

¹²⁵ *Jestli jste na facebooku, přidejte se k nám: ani Rock&Pop nezahálí a hledá kámoše*. [online]. [cit. 2009-02-07]. Dostupné z URL: <Http://www.rockandpop.cz/zpravy/ostatni>.

¹²⁶ Úvodní strana. Objeví se při zadání kořenové URL.

¹²⁷ Link – odkaz – po kliknutí myši uživatele odvede na požadovanou stránku

¹²⁸ Jméno uživatele, proto je zde užito velké Č.

¹²⁹ KOCHANÍČKOVÁ, Martina. [email]. [cit. 2009-01-07]. Archiv autorky. Obsah emailu jako Příloha V.

9. SOUČASNÁ TIŠTĚNÁ HUDEBNÍ PERIODIKA

V povědomí většiny českého národa se pod pojmem hudební časopis skrývá Rock&Pop nebo Filter. U mladší generace je to Bbarák a u generace starší to bývá Melodie. Hudebních časopisů nebo přesněji periodik, jejichž hlavní tematikou a zaměřením je hudba - jakéhokoliv žánru - existuje na velikost České republiky poměrně hodně. Některá periodika jsou zaměřena velmi úzce, některá mají záběr svého zájmu širší. Zaměření časopisů je stejně široké, jak je hudba rozmanitá.

Zde je přehled současných tištěných vydávaných hudebních periodik v České republice. Dle seznamu tištěných periodik knihovny města Hradce Králové jsem ke každému hudebnímu magazínu vypsala jeho bližší zaměření.

Některá hudební periodika jsou zaměřena na velmi úzkou zájmovou skupinu, některá jsou pro větší zájmové skupiny (např. bBarák, Spark) a některá jsou mainstreamová – chtějí zaujmout co největší počet čtenářů. Časopisy pro jednotlivé zájmové skupiny jsou velmi odlišné.

Bbarák

Hudební časopis zaměřený na nejoblíbenější hudební styl mladé generace – na hip hop. První číslo časopisu vyšlo v prosinci 1999¹³⁰. Časopis se zaměřením vyloženě na hip hop se nezdráhá používat i ostřejších výraziv ve svých článcích. Grafický vzhled časopisu odpovídá hudebnímu zaměření.

Cantus

Časopis vychází čtvrtletně. Je zaměřen výhradně na duchovní a sborovou hudbu. Je to patrné již s podtitulku časopisu, který zní – *Čtvrtletník pro sborové umění*. Pro okruh lidí, zabývajících se sborovou hudbou, je zdrojem zajímavých informací. Redakce je schopna zpracovat témata, která jsou v daném oboru vyhledávána a žádána¹³¹.

Cyril

Nejdéle působící časopis zabývajících se hudební tematikou u nás. Časopis Cyril je zaměřen na duchovní hudbu. Vychází v Českých zemích od roku 1874 (původně pod názvem Cecilie, později Cyrill až po nynější Cyril). Jeho zakladatelem byl Ferdinand Lehner. Cyril

¹³⁰ *BbaRáK MAGAZÍN*. [online]. [cit. 2009-01-07]. Dostupné z URL: <<http://www.bbarak.cz/magazine.php>>.

¹³¹ *O čem píšeme*. [online]. [cit. 2009-01-07]. Dostupné z URL: <<http://www.ucps.cz/portal/cantus/02-index.php>>.

má (na naše poměry) rekordních 73 ucelených ročníků. Dvakrát stál před osudným koncem, ale prozatím vždy úspěšně obstál. Je významným počinem v oblasti duchovní hudby a vůbec církevní historie¹³².

Czech music

Magazín *Czech music quarterly* je čtvrtletně vycházející časopis o vážné hudbě. Je psán anglickým jazykem. Zahrnuje portréty současných hudebních skladatelů, rozhovory. Díky tomu, že je psán anglickým jazykem, se tento časopis distribuuje i do zahraničí. Česká klasická hudba se tak ve světě lépe dostává do podvědomí¹³³.

Dancetime

Magazín s podtitulkem *Časopis, který vás roztančí*, je spíše o tanci¹³⁴. Ovšem tanec je neodmyslitelně spjat s hudbou. Proto byl časopis zahrnut do výčtu tištěných hudebních periodik.

Filter

Časopisu *Filter* se věnuji blíže v kapitole *Filter z prachu Ultramixu*.

Folk & Country

Časopis hudebně zaměřený na folkovou a country hudbu. Přichází se zajímavými rozhovory, portréty, recenzemi. Na stáncích je k zakoupení od roku 1990. Vydavatelství *Folk & Country*, které vydává časopis, pravidelně vydává také zpěvník časopisu *Folk & Country*, který pravidelně přináší nové hity k táboráku¹³⁵.

Folklor

Další hudební periodikum úzce specializované na určitý okruh čtenářů. Respektive posluchačů (vyznavačů) folkloru. Tento časopis vydává Folklorní sdružení České republiky. Obsahem časopisu jsou informace o chystaných folklorních akcích, rozhovory s osobnostmi působícími v oblasti folkloru, fotoreportáže z cest za folklorem¹³⁶.

¹³² *Časopis cyril v rámci české hudební publicistiky*. [online]. [cit. 2009-01-07]. Dostupné z URL: <<http://cyril.psalterium.cz/?a=14>>.

¹³³ *Čtvrtletník o české hudbě*. [online]. [cit. 2009-01-07]. Dostupné z URL: <<http://www.czech-music.net/indexcz.php>>.

¹³⁴ *DanceTime*. [online]. [cit. 2009-01-25]. Dostupné z URL: <<http://www.dancetime.cz/>>.

¹³⁵ *Folk&Country*. [online]. [cit. 2009-01-25]. Dostupné z WWW: <<http://www.folkcountrry.cz/>>.

¹³⁶ *O nás*. [online]. [cit. 2009-01-25]. Dostupné z URL: <<http://www.folklorisdruzeni.cz/o-nas>>.

HardRocker

Poměrně nový časopis, který vychází druhým rokem. Zaměření je na rockovou a metalovou scénu.¹³⁷

Harmonie

Harmonie vychází v nakladatelství Muzikus Daniela Andela. Je to bývalé nakladatelství, které vlastnilo Rock&Pop v době jeho největší krize. Tento časopis je věnován klasické hudbě, jazzu a world music¹³⁸.

His Voice

His Voice vychází jako dvouměsíčník. Na jeho stránkách se dočtete zejména o alternativní hudbě, post jazzu, elektronice a dalších nezvyklých hudebních stylech, kterým je v mainstreamových časopisech věnována jen velmi malá část. O zaměření časopisu jasně vypovídá jeho podtitul - Časopis o jiné hudbě.¹³⁹

Hudební rozhledy

Tento hudební časopis vychází pod stejným názvem již od roku 1948¹⁴⁰. Časopis poskytuje informace z oblasti vážné hudby. Moderním, ale odborným stylem jsou zde psány recenze, rozhovory a další příspěvky.

mGuide

Časopis mGuide se na první pohled od většiny hudebních periodik liší svým formátem. Vychází v tzv. kapesním vydání. mGuide vydává nakladatelství Muzikus, někdejší vlastník časopisu Rock&Pop¹⁴¹.

¹³⁷ *Časopisový portál*. [online]. [cit. 2009-01-25]. Dostupné z URL: <http://www.casopisovy-portal.cz/casopis/hudebni/hardrocker_rockn_metal_magazin_.html>.

¹³⁸ *Muzikus*. [online]. [cit. 2009-01-25]. Dostupné z URL: <<http://www.muzikus.cz/casopis-harmonie/>>.

¹³⁹ *O Časopise*. [online]. [cit. 2009-01-25]. Dostupné z URL: <http://www.hisvoice.cz/his_voice/o_casopise>.

¹⁴⁰ *O nás*. [online]. [cit. 2009-01-25]. Dostupné z URL: <http://hudebnirozhledy.scena.cz/www/index.php?page=onas&cislo_id=90>.

¹⁴¹ In *mGuide*, 2009, č.1. ISSN 1802-4610.

Music

Music je časopis, který doslova „*fandí muzice*“. Tak zní podtitul časopisu. Jako v každém hudebním časopise zde nalezne recenze, rozhovory s lidmi z hudebního světa a další aktuality. Kromě novinek z hudby zde naleznete také četné filmové novinky¹⁴².

MusicStore

Vydavatelem tohoto časopisu je společnost ProMedia Czech, s.r.o. sídlící v Pardubicích. Časopis je k dostání na několika místech v České republice. Jedná se většinou o specializované prodejny s hudebninami¹⁴³.

Muzikus

Muzikus nese označení *magazín pro muzikanty*. V časopise se dočtete zejména nové informace o hudebních nástrojích, výsledky jejich testování, ale i rozhovory s hudebníky. Jak jeho název vypovídá, je vydáván nakladatelstvím Muzikus, bývalým vlastníkem Rock&Popu.¹⁴⁴

Opus Musicum

Tento časopis vychází pouze šestkrát do roka. Ve svém obsahu se snaží zohledňovat zejména regionální hudební kulturu¹⁴⁵.

Psaltérium

Psaltérium nese označení Zpravodaj pro duchovní hudbu. Za jeho největšího konkurenta můžeme považovat časopis Cyril.

Report – Music&Style

Hudební periodikum Report nyní vychází jako mainstreamový časopis s podtitulem Music&Style. Dříve však vycházel pod názvem RockReport. Šéfredaktorkou je Jana Kománková, která do roku 2002 působila několik let v redakci Rock&Popu.

¹⁴² *Časopisový portál*. [online]. [cit. 2009-01-25]. Dostupné z URL: <http://www.casopisovy-portal.cz/casopis/hudebni/music_casopis_ktery_fandi_muzice.html>.

¹⁴³ *MusicStore*. [online]. [cit. 2009-01-25]. Dostupné z URL: <<http://www.music-store.cz/distributori.asp>>.

¹⁴⁴ In *Muzikus*, 2009, č. 2. ISSN 1210-1443.

¹⁴⁵ *Opus musicum*. [online]. [cit. 2009-01-25]. Dostupné z URL: <<http://www.opusmusicum.cz/cz/index.php?displuvod=true>>.

Spark

Spark je časopis určený čistě pro rockovou scénu. Můžeme říct, že je sesterským časopisem Rock&Popu. Pod svou správou jej má stejné vydavatelství – tedy One&One Company. Podobně jako bBarák, má i Spark svou charakteristickou grafickou úprava, která odpovídá hudebnímu stylu, na který je tento časopis zaměřen.

Svět klasické kytary

Tento hudební magazín je velmi zaměřen na opravdu velmi úzkou skupinu čtenářů. S magazínem Svět klasické kytary se setkáváme již od roku 2003. Najdete zde množství odborných článků, rozhovorů a portrétů osobností na poli klasické kytary. Obsahuje také informace o chystaných kytarových akcích¹⁴⁶.

Taneční zóna

Podtitul časopisu je *Revue současného tance*. Jeho specializací jsou tance klasické i moderní, zahrnuje však i taneční divadlo a další oblasti kultury¹⁴⁷. Časopis není na novinových stáncích běžně k sehnání. Prodává se pouze na několika málo prodejních místech po České a Slovenské republice¹⁴⁸. Vychází čtvrtletně.

Uni

Hudební periodikum prodávané pouze na několika místech v České republice. Magazín je zaměřený na oblast jazzové hudby. Charakteristický je pro něj jeho atypický podlouhlý formát¹⁴⁹.

XMag

XMag je magazínem pro taneční scénu. Úzké zaměření tohoto časopisu dává prostor pro recenze hodinových setů světových i českých DJs. Jako je uvnitř časopisu Rock&Pop často přítomný znak &, uvnitř časopisu XMag je to písmeno X¹⁵⁰.

¹⁴⁶ *Klasická kytara*. [online]. [cit. 2009-01-25]. Dostupné z URL: <<http://www.klasickakytara.cz/casopis.html>>.

¹⁴⁷ *Taneční zóna. O časopisu*. [online]. [cit. 2009-01-25]. Dostupné z URL: <http://www.tanecnizona.cz/index.php?option=com_content&task=view&id=41&Itemid=46>.

¹⁴⁸ *Taneční zóna. Prodejní místa*. [online]. [cit. 2009-01-25]. Dostupné z URL: <http://www.tanecnizona.cz/index.php?option=com_content&task=view&id=46&Itemid=52>.

¹⁴⁹ *Unijazz*. [online]. [cit. 2009-01-25]. Dostupné z URL: <<http://www.unijazz.cz/>>.

¹⁵⁰ *XMag*. [online]. [cit. 2009-01-25]. Dostupné z URL: <<http://www.xmag.cz>>.

Po tomto souhrnu můžeme vidět, že Rock&Pop má bohatou konkurenci. Je na současné redakci a vedení časopisu (vydavatelství One&One Company, s.r.o.) udržet jeho nynější „charakter“. Ačkoliv jsou některá periodika opravdu úzce zaměřena nelze je vyloučit ze souhrnu konkurence.

Závěr

Časopis Rock&Pop prošel za léta svého působení několika razantními změnami. Nejen po vzhledové stránce, ale zejména po stránce obsahové. Z „mladosvětského“ formátu se na počátku devadesátých let proměnil až v typický magazín, které jsou běžně k vidění na novinových stáncích.

Dnes pevně zakotvený hudební magazín nemá jednoduchou pozici. Stále se musí prosazovat. Díky této práci jsem si mohla vytvořit obrázek o současné hudební publicistice, která je stejně rozmanitá jako sama hudba. V dnešní době roztříštěnosti hudebních stylů je těžké strefit se do vkusu většiny. Od dob vrcholné slávy Michaela Jacksona, se hudba rozdělila na neuvěřitelný počet různých stylů hudby. Každý teď může poslouchat, co jeho uchu lahodí nejvíce. Proto mají mainstreamové hudební časopisy velmi těžký úkol. Zaujmut svým obsahem co největší počet posluchačů, potažmo čtenářů, a přimět je ke koupi časopisu.

I v této roztříštěnosti lze proto spatřovat hlavní problém klesající tendence prodejnosti hudebních periodik obecně. Je proto dobře, že se Rock&Pop vydal cestou být časopisem pro velkou skupinu posluchačů hudby. Se svou reputací (dlouhou tradicí) a nynějším uspořádáním rubrik má šanci se na výslunní mezi hudebními periodiky udržet dlouho. Zajímavě zpracované příspěvky zaujmou i hudebního laika.

Hodiny pročítání a probírání se ve výtiscích tohoto časopisu mi poskytly spousty užitečných informací. Bohužel nemůžu pochopit jedinečnost Rock&Popu v jeho začátcích, protože mi bylo něco málo přes pět let. Tudíž jsem uvolněnost devadesátých let nemohla řádně vstřebat. Snažila jsem se proto s co největší objektivitou zhodnotit současný časopis Rock&Pop a jeho boj na poli současné hudební publicistiky.

Dle zjištěných informací jsem dospěla k velmi rozporuplným názorům. Na jedné straně nás hudební publicistika informuje o novinkách, ale na druhé straně redakce nechávají psát recenze někoho, kdo posuzovaného interpreta vůbec nezná. Redaktor není obeznámen s předešlou tvorbou interpreta. Taková velká nezávislost názorů by se v hudební publicistice objevovat neměla. Následná recenze či kritika může být pro čtenáře velmi zavádějící.

I v Rock&Popu se objevili tito nezávislí autoři. Svou divokost Rock&Pop naštěstí úspěšně zkontroloval a stal se z něj příjemný hudební časopis, který si během měsíce budete s radostí pročítat. Časopis naštěstí upustil od podob teenagerovského periodika a stal se plnohodnotným zdrojem cenných informací.

Současná konzumní společnost potřebuje mít (vyžaduje) pohodlí a komfort. A vyžaduje to i od časopisů. Konzumu se přizpůsobují všichni. Proto by už dnes Rock&Pop v rozsahu a v kvalitě, ve které vycházel v roce 1990, jen těžko na trhu obstál. Vydal se cestou středního proudu. Naštěstí současná redakce udržuje časopis ve velmi kultivované podobě.

Pohled na současnou českou hudební publicistiku je na jednu stranu velmi tristní. Do časopisů může přispívat takřka kdokoliv. Recenzenti bez hudebně teoretického vzdělání jsou dnes spíše samozřejmostí, než-li výjimkou. Na druhou stranu, pokud chce člověk kvalitní informace, vždy si k nim cestu najde. Ať už na internetu nebo výběrem vhodného hudebního periodika. Hudební publicistika bude mít vždy potřebu reagovat na nejnovější hudební počín, proto je jen na nás, čtenářích a příjemcích těchto informací, který zdroj si vybereme.

Prameny a literatura

Prameny:

- Časopis *Rock&Pop* ve vydavatelství Lidových novin – 1990 – 1992, ISSN 47256.
- Časopis *Rock&Pop* ve vydavatelství Rock&Pop, a.s. – 1992 – 1993, ISSN 47256.
- Časopis *Rock&Pop* ve vydavatelství Hakon Euro, s.r.o. – 1993 – 1996, ISSN 0862-7533.
- Časopis *Rock&Pop* ve vydavatelství Muzikus – 1996 – 2005, ISSN 0862-7533.
- Časopis *Rock&Pop* ve vydavatelství One&One Company – 2005 – 02/2009, ISSN 0862-7533.

Literatura:

- ČERNUŠÁK, Gracian, et al. *Československý hudební slovník osob a institucí : díl A – L*. 1. vyd. Praha : Státní hudební vydavatelství, 1963.
- ČERNUŠÁK, Gracian et al. *Československý hudební slovník osob a institucí : díl M–Ž*. 1. vyd. Praha : Státní hudební vydavatelství, 1965.
- HÁJEK, Jiří. *Teorie umělecké kritiky*. 1. vyd. Praha : SPN, 1986. 230 s. ISBN 14-299-86.
- MACEK, Petr, et al. *Slovník české hudební kultury*. Praha : Editio Supraphon, 1997. 1035 s. ISBN 14-299-86.
- MATZNER, Antonín, et al. *Encyklopedie jazzu a moderní populární hudby*. Praha : Supraphon, 1990. 3.sv. 649s. ISBN 80-7058-210-3.
- NOVÁK, Arne. *Kritika literární : metody a směry, zásady a prakse*. 2. vyd. Praha : F. Topič, 1925
- OSVALDOVÁ, Barbora - HALADA, Jan a kol. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3. rozš. vyd. 2007. 263 s. ISBN 978-80-7277-266-7.
- SVOBODOVÁ, Marie. *Hudební periodika v českých zemích 1796-1970 a na Slovensku 1871-1970*. Praha : Státní knihovna ČSR, 1979. 185s. ISBN I-801-774.

Sborníky:

- KUNA, Milan. Nový časopis. In *Sborník Lidová tvořivost 1962*. str.257, sign. I – 50 247/1862

Časopisy:

- BENEŠ, Pierre. In *Ultramix*, 2001, č.0, s. 3. ISSN 1212-4958.
- ČERNÝ, Jiří. In *Rock&Pop* 1, 1990, č. 1, s. 3. ISSN 47256.
- HOŠNA, Martin. In *Rock&Pop*. Ročník XIX. 11/298. Str.5. ISSN 0862-7533.
- LINDAUR, Vojtěch. *Editorial*. In *Rock&Pop*, 2002, č. 1, s. 10. ISSN 0862-7533.
- LINDAUR, Vojtěch. *Editorial*. In *Rock&Pop&MusiQ*, 2003, č.1, s.5. ISSN 0862-7533.

SLEZÁK, Milan. *Našrot : Dvě desítky s Maradonou*. In *Rock&Pop*, 2008, č.11. Ročník XIX. 11/298. Str. 14. ISSN 0862-7533.

VEDRAL, Jan . In *Rock&Pop*, 2002, č. 2, str.3. ISSN 0862-7533.

VEDRAL, Jan . In *Rock&Pop*, 2001, č. 12, s. 101. ISSN 0862-7533.

VLČEK, Josef. In *Rock&Pop*, 1992, č. 11, s. 8. ISSN 47256.

In *&MusiQ*, 2002, č. 1, s. 1. ISSN 0862-7533.

In *mGuide*, 2009, č.1. ISSN 1802-4610.

In *Muzikus*, 2009, č. 2. ISSN 1210-1443.

In *Rock&Pop*, 1990, č. 1, s. 1. ISSN 47256.

In *Rock&Pop*, 1992, č. 9, s. 2. ISSN 47256.

In *Rock&Pop*, 2002, č. 1, s.3. ISSN 0862-7533.

In *Rock&Pop*, 2008, č.6. Ročník XIX. 6/293. ISSN 0862-7533.

In *Rock&Pop*, 2008, č.6, s.41. Ročník XIX. 6/293. ISSN 0862-7533.

In *Rock&Pop*, 2009, č.2. Ročník XX. 2/301. Str.5. ISSN 0862-7533.

In *Rock&Pop*. 2009, č.2. Ročník XX. 2/301. ISSN 0862-7533.

Internetové zdroje:

ANDEL, Daniel. *Tisková zpráva k situaci v časopisu Rock&Pop*. [online]. [cit. 2008-02-25]. Dostupné z URL: <<http://www.muzikus.cz/novinky/Tiskova-zprava-k-situaci-v-casopisu-Rock-Pop-musiQ~09~leden~2003/>>.

BALUŠEK, Jan. *Hudební časopisy versus hudební servery*. [online]. [cit. 2008-03-09]. Dostupné z URL: <<http://www.musicserver.cz/clanek/21409/Hudebni-casopisy-versus-hudebni-servery/>> .

BUREŠ, Radek. *Jestli se rozzlobíme budeme zlí, aneb jak hudebním kritikům chutná život*. [online]. [cit. 2007-03-18]. Dostupné z URL: <<http://www.knihovna.vozovna.cz/jestli-se-rozzlobime-komplet.htm>>.

LINDAUR, Vojtěch. *Zůstávám připraven*. [online]. [cit. 2008-02-25]. Dostupné z URL: <<http://musicserver.cz/clanek/5942/Vojtech-Lindaur-Zustavam-pripraven>> .

MARACZI, Josef. *Důvěrníci a agenti komunistické Státní bezpečnosti ve sdělovacích prostředcích nadále formují české veřejné mínění* [online]. c2003 [cit. 2008-02-18]. Dostupné z URL: <<http://www.cibulka.net/stblist/b.htm>>.

VEDRAL, Jan. *Michael Kocáb: Za kyslík*. [online]. [cit. 2008-02-25]. Dostupné z URL: <<http://www.muzikus.cz/recenze/Michael-KocabZa-Kyslik~27~leden~2003/>>.

II.sjezd swingařů : jazz na míru člověku. [online]. [cit. 2009-03-11]. Dostupné z URL: <<http://www.clnet.cz/stranky/sjezdswingaru/2sjezd.htm>> .

Časopis cyril v rámci české hudební publicistiky. [online]. [cit. 2009-01-07]. Dostupné z URL: <<http://cyril.psalterium.cz/?a=14>>.

Časopis – Rock&Pop. [online]. [cit. 2009-01-07]. Dostupné z URL: <<http://www.rockandpop.cz/casopis/>>

Časopisový portál. [online]. [cit. 2009-01-25]. Dostupné z URL: <http://www.casopisovy-portal.cz/casopis/hudebni/hardrocker_rockn_metal_magazin_.html>.

Časopisový portál. [online]. [cit. 2009-01-25]. Dostupné z URL: <http://www.casopisovy-portal.cz/casopis/hudebni/music_casopis_ktery_fandi_muzice.html>.

Čtvrtletník o české hudbě. [online]. [cit. 2009-01-07]. Dostupné z URL: <<http://www.czech-music.net/indexcz.php>>.

DanceTime. [online]. [cit. 2009-01-25]. Dostupné z URL: <<http://www.dancetime.cz/>>.

Evidence časopisů. Státní vědecká knihovna Hradec Králové. [online]. [cit. 2009-03-11]. Dostupné z URL: <http://aleph.svkhk.cz/F/ACK4HIU3X5VU1M89EV1CSICUR9MR5NXESASIPERX3YCF369X4D-01247?func=full-set-set&set_number=024549&set_entry=000028&format=999>.

Folk&Country. [online]. [cit. 2009-01-25]. Dostupné z WWW: <<http://www.folkcountrry.cz/>>.

Hudební rozhledy. [online]. [cit. 2009-01-12]. Dostupné z URL: <http://hudebnirozhledy.scena.cz/www/index.php?page=onas&cislo_id=90>.

Hemerojd. [online]. [cit. 2008-02-25]. Dostupné z URL: <<http://hemerojd.webnode.cz/products/bigbit-vojtech-lindaur-ondrej-konrad/>>.

Hudební knihkupectví. [online]. [cit. 2009-01-25]. Dostupné z URL: <<http://www.hudebni-knihkupectvi.cz/product/vojtech-lindaur-sance-snehovych-kouli-v-pekle-333/>>.

Internet Media&Entertainment Group. [online]. [cit. 2009-02-02]. Dostupné z URL: <<http://www.imeg.cz>>.

Jiří Černý. [online]. [cit. 2009-02-26]. Dostupné z URL: <<http://www.jiri-cerny.wbs.cz>>.

Jestli jste na facebooku, přidejte se k nám: ani Rock&Pop nezahálí a hledá kámoše. [online]. [cit. 2009-02-07]. Dostupné z URL: <[Http://www.rockandpop.cz/zpravy/ostatni](http://www.rockandpop.cz/zpravy/ostatni)>.

BbaRáK MAGAZÍN. [online]. [cit. 2009-01-07]. Dostupné z URL: <<http://www.bbarak.cz/magazine.php>>.

Klasická kytara. [online]. [cit. 2009-01-25]. Dostupné z URL: <<http://www.klasickakytara.cz/casopis.html>>.

MusicList. [online]. [cit. 2009-02-21]. Dostupné z URL: <<http://www.musiclist.cz/seznam-zdroju/>>.

MusicStore. [online]. [cit. 2009-01-25]. Dostupné z URL: <<http://www.music-store.cz/distributori.asp>>.

Muzikus. [online]. [cit. 2009-01-25]. Dostupné z URL: <<http://www.muzikus.cz/casopis-harmonie/>>.

Názory. [online]. [cit. 2009-01-07]. Dostupné z URL: <<http://musicserver.cz/nazory/>> - Po kliknutí myší na odkaz Reagovat můžete rovnou vepsat odpověď, která se ihned na stránkách zobrazí.

O Časopise. [online]. [cit. 2009-01-25]. Dostupné z URL: <http://www.hisvoice.cz/his_voice/o_casopise>.

O čem píšeme. [online]. [cit. 2009-01-07]. Dostupné z URL: <<http://www.ucps.cz/portal/cantus/02-index.php>>.

O nás. [online]. [cit. 2009-01-25]. Dostupné z URL: <<http://www.folklornisdruzeni.cz/o-nas>>.

O nás. [online]. [cit. 2009-01-25]. Dostupné z URL: <http://hudebnirozhledy.scena.cz/www/index.php?page=onas&cislo_id=90>.

O nás. [online]. [cit. 2009-01-05]. Dostupné z URL: <<http://www.musiczone.cz/o-nas>>.

One&One Company. [online]. [cit. 2008-01-08] Dostupné z URL: <http://www.oneandone.cz/o_spolecnosti.php>.

Opus musicum. [online]. [cit. 2009-01-25]. Dostupné z URL: <<http://www.opusmusicum.cz/cz/index.php?displuvod=true>>.

Taneční zóna. O časopisu. [online]. [cit. 2009-01-25]. Dostupné z URL: <http://www.tanecnizona.cz/index.php?option=com_content&task=view&id=41&Itemid=46>

Taneční zóna. Prodejní místa. [online]. [cit. 2009-01-25]. Dostupné z URL: <http://www.tanecnizona.cz/index.php?option=com_content&task=view&id=46&Itemid=52>

Unijazz. [online]. [cit. 2009-01-25]. Dostupné z URL: <<http://www.unijazz.cz/>>.

Vítěz: Marek Soldát. [online]. [cit. 2009-31-01]. Dostupné z URL: <http://www.juniorinternet.cz/old/index.php3?zobraz=vitez_soldat>.

Vyhledávání v registru. [online]. [cit. 2009-01-07]. Dostupné z URL: <<http://www.nic.cz/whois/?d=rockandpop.cz>>.

Vyhledávání v registru. [online]. [cit. 2009-01-07]. Dostupné z URL: <<http://www.nic.cz/whois/?d=filter.cz>>.

XMag. [online]. [cit. 2009-01-25]. Dostupné z URL: <<http://www.xmag.cz>>.

Rozhovory:

BENEŠ, Pierre. Šéfredaktor časopisu Filter. [CD]. [cit. 2009-0-27]. Archiv autorky.

ONDRUŠ, Miroslav. [CD]. [cit. 2007-09-20]. Archiv autorky

Elektronická pošta:

KOCHANÍČKOVÁ, Martina. [email]. [cit. 2009-01-07]. Archiv autorky.

ČAPEK, Michal. [email]. [cit. 2009-01-07]. Archiv autorky.

Přílohy:

Příloha I.

Tisková zpráva k situaci v časopisu Rock & Pop (&musiq)

V období let 2000 - 2002 se časopis Rock & Pop dostával postupně do ekonomicky velmi tíživé situace (příjmy byly dlouhodobě nižší než výdaje), která byla přímým odrazem trvalého úbytku čtenářů (tedy i tištěného nákladu) a z toho plynoucího snižování placené inzerce prakticky živící chod redakce. Příčin tohoto stavu bylo několik a mnohé byly i publikovány bývalým šéfredaktorem Vojtěchem Lindaurem na stránkách Rock & Popu (&musiq). Vydavatelství se pokoušelo s vedením redakce vzniklou situací několikrát řešit, a to současně na obou stranách ekonomické bilance - tedy snižováním výdajů a pokusy o zvýšení příjmů. Snižovat výdaje bylo bohužel nakonec možné už jen u mezd a honorářů (vedení redakce bylo o ekonomice časopisu pravidelně informováno a mělo přístup k účetním datům), ve způsobu zvýšení příjmů však panovaly rozdílné názory. Vydavatel požadoval od redakce zvýšení atraktivnosti, srozumitelnosti, šíře záběru a v neposlední řadě grafické přitažlivosti R&P, čímž chtěl dosáhnout ne-li již zvýšení, tak alespoň stabilizace nákladu (zabránit dalšímu úbytku čtenářů). Redakce však byla přesvědčena o neschopnosti vydavatele získat více inzerce či jiné zdroje příjmů do titulu (jehož náklad klesá!), a náklad přý klesá, protože časopis nemá dostatečnou propagaci (ač nebylo již čím placenou reklamu financovat a možnosti tzv. výměnné reklamy například v rádiích, na festivalech byly ve velké míře využívány).

V červnu 2002 došlo na doporučení (které někteří redaktori označili za nátlak či nařízení) vydavatele k modifikaci názvu časopisu na "&musiq" a s tím měly přijít i změny uvnitř čísla. Bohužel zůstalo jen u změny názvu, který nám byl mnohokrát vyčítán. Přesto tři měsíce poté prodej mírně vzrostl, až se nakonec dostal pod úroveň před změnou. V tomto místě bych rád uvedl, že autorem konečné verze tohoto proklínaného názvu je Vojta Lindaur a mně se líbí dodnes. Faktem zůstává, že již před tím jsme se pokoušeli s Vojtou Lindaurem najít pro Rock & Pop jiného silnějšího vydavatele, který by byl schopen do časopisu investovat, jenže nikdo nakonec neprojevil zájem. Situace vyvrcholila v prosinci 2002, kdy na nabídku nerefletovala ani společnost Ringier a já se z pozice osmdesátiprocentního vlastníka rozhodl ukončit spolupráci se zaměstnanci a vedením redakce - šéfredaktorem, jednatelem a dvacetiprocentním vlastníkem v jedné osobě Vojtěchem Lindaurem, editorem Radkem Diestlerem a obrazovým redaktorem Danielelem Vojtíškem. Hned poté jsem se dozvěděl, že spolupráci se rozhodla ukončit celá redakce včetně stálých externistů a grafiček, tak jak to Vojta Lindaur napsal v editoriale 1/2003. Podotýkám, že všichni v redakci věděli, že jsem ochoten se bez náhrady vzdát svého podílu ve prospěch nového vydavatele, dokonce jsem nabídl redaktorům, aby si Rock & Pop vydávali sami. Zájem nebyl. Zřejmě proto, že jsem svým šlendriánstvím zavinil stav, do kterého se časopis dostal a že jej v takovém stavu nechtějí.

Jako nejjednodušší varianta se v této chvíli nabízelo ukončení vydávání časopisu, což obnáší pouze nechat za sebou dluhy, čtenáře a předplatitele. Je mnoho lidí v tomto státě, kteří to umí provést bez uzardění. Protože špatné zprávy mají několikrát vyšší rychlost šíření než dobré, ozval se mi vzápětí šéfredaktor BigBeng!u Jaroslav Špulák a nabídl spolupráci. Během několika posledních dní v roce jsme se definitivně domluvili. A zde je výsledek: Rock & Pop bude vycházet dál bez přerušení ve stejném rozsahu, formátu i ceně. Předplatitelům skončivšího BigBeng!u bude od února 2003 náhradou nabídnut Rock & Pop. Šéfredaktorem je Pavel Skala, hudebník a bývalý dramaturg ESA, redakci prozatím tvoří Jaroslav Špulák,

Jindřich Göth a Michal Husák, tedy celá bývalá redakce BigBeng!u, a Eva Kolářová (Rolling Stone, Show). Okruh dopisovatelů je zatím ve fázi jednání a již mohu s potěšením konstatovat, že někteří bývalí spolupracovníci Rock & Popu neodmítli podílet se na nové podobě časopisu.

Na závěr bych ještě rád dodal, že si stále velice vážím novinářských kvalit všech bývalých tvůrců Rock & Popu v čele s Vojtěchem Lindaurem a pevně věřím, že se v různých formách ke spolupráci vrátíme. A doušku k narážkám o naší vydavatelské neschopnosti mimo jiné vydáváme již deset let časopis Harmonie o klasické hudbě a jazzu, tedy zcela nekomerční titul, a peníze na něj umíme sehnat. Rock & Pop tedy jede dál

Příloha II.

Recenze Jana Vedrala

„Hele, mně je dvacet. Já přece nebudu seriózně hodnotit kolekci písní, která má rozsah let 1966 – 1978. Pro mě je Karel Hála jedním z těch strejců, o kterých nevím naprosto nic, nejvš se chytám za hlavu, když je slyším z nějakého oldies radia. Nevím, jestli vás to teda zajímá, ale – jak jinak - na tomhle výběru jsou většinou Cicery anglických hitů, hudbu nahrál Karel Vlach and his boys. A většinu textů naškrábal Zdeněk Borovec. Mně to jenom potvrdilo domněnky, že celé období šedesátek a sedmdesátek v Čechách byla jedna velká schíza. Tu představuj mám takovou, tři velký šéfové poslouchají zahraniční písničky, ty předhazují dvěma menším šéfům, co dělají texty, pak se to nějak nahraje, zbaví původního feelingu a vrhne několika interpretům, kteří neřízeně nahrávají stejné písně se stejnými texty, které vůbec nejsou jejich. Brrr. Jestli vás zajímá, jak jsem na to přišel, tak takhle. Pouštěl jsem to mojí Kačence a ta mi říkala, že Já žil, jak jsem žil je původně Karlův song. Teda jako song Karla Gotta, aby bylo jasno. No a Kačenka to musí vědět, protože její tatínek má Karla na hrníčku. Teda jako Karla Gotta, aby bylo jasno. No, a vám nepřijde divný, že si dá někdo jako název desky jméno písničky někoho jinýho? I když – je teda možný, že Karel Hála to zpíval dřív než Karel (máte snad jasno v tom, kterého myslím), možná ho zrovna tenhle song proslavil, ale já o tom fakt nic nevím. Mně je proboha dvacet! Tak koukejte zhasnou tu fizlovskou lampičku. Svítí mi do očí. Ach jo – tahle autostylizace mě ubíjí. OK – já prostě nevím. Nejsem schopen vám říct nic jiného, než, že pokud vám je přes čtyřicet nebo váš vkus pořád leží pod nadvládou prarodičů, anebo jste... já nevím, prostě gerontofil (sorry, Babko), tak si to cérečko kupte. Ostatním doporučím třeba anální vibrátor nebo kybernetické automasturbační křeslo. Jak říká v televizi pan Dante: „Dozvíte se spoustu věcí o vlastním orgasmu. Je to velmi fascinující. Tak, tak, správně, jen do toho.“ Ne, sorry, víc ze mě nevymlátíte, fakt je mi dvacet.“

Příloha III.

Kompletní verze článku Jestli se rozzlobíme budeme zlí, aneb jak hudebním kritikům chutná život

Jestli se rozzlobíme, budeme zlí!"

Aneb Jak kritikům chutná život

Ahoj, já jsem hudební kritik. A budu vám vyprávět o tom, jaké to je, dělat toto ošemetné zaměstnání. My, hudební kritici, jsme totiž nikdy neměli příliš dobrou pověst. Říká se o nás, že jsme zamindrákované nuly, co závidí hudebníkům jejich talent a tak jen žlučovitě pošlapávají, co ti nadanější vytvořili. Krom toho jsme také prý úplatní, zapšklí, zaujetí, zkrátka ten největší póvl. Když letos v lednu dodýchala dosavadní redakce časopisu Rock & Pop a odumřel tak největší symbol tuzemské kritiky, je čím dál tím větší otázkou, zda jsou hudební kritici ještě vůbec k něčemu. Je čas sebrat odvahu a podívat se konečně do zrcadla...

Základní instinkt

Všichni se shodují, že příčiny začít dělat toho zaměstnání jsou pro všechny stejné – láska k hudbě a láska ke psaní. Zní to možná až moc triviálně, ale tak to prostě je, pro většinu lidí to bylo dokonce už od dětství vysněné povolání. Bývalý šéf Rock & Popu (vlastně &MusiQ, ale kdo by se s takovou pitominou vypisoval, že) Vojtěch Lindaur už v deseti (!) letech vydával pro kamarády vlastní hudební časopis Pop Music Expres, malá Jana Kománková také chtěla být už na základce novinářkou, skoro všichni četli od puberty hudební časopisy a snili o tom, že tam budou moci také jednou přispívat.

Kde však člověk vezme tu "drzost", aby mohl veřejně kritizovat ostatní? "Je to spíš o tom, že se umíš vyjadřovat, než že o hudbě jako takový víš víc než muzikanti. Já když uslyším písničku z rádia, tak ji neumím věrně reprodukovat na hudební nástroj, ale umím třeba pojmenovat to, co neumí pojmenovat člověk, co to umí zahrát. Jestli mám nějaký schopnosti, tak jsou to schopnosti vyjadřovací," myslí si Jana Kománková, která ve svých recenzích nikdy moc nechodila kolem horké kaše.

Dobrý hudební kritik každopádně musí mít názor a musí umět věci vystihnout tak, aby pomohl čtenářům se zorientovat v té mase hudby, která každý den vychází. Právě takový by měl být smysl recenze. Potvrzuje to i Vladimír Vlasák z deníku MF Dnes: "A svým názorem pak vyprovokovat lidi k jejich vlastnímu názoru. I když si řeknou, že jsem vůl, už je to nějaký výchozí stanovisko, s jakým se můžou postavit k tý muzice. Hodně důležitá je i stylistika, což se dá právě v deníku krásně vysledovat - když se to povede, ví o tom, skoro každé, ale když to napíšete komplikovaně a neobratně, tak to ztratí na razanci."

Jak toho docílit se ale nedá popsat nějakým manuálem, je to stejný nesmysl jako řešit, jak se stát dobrým muzikantem, kuchařem, vědcem, zootechničkou. Nicméně forma může být velmi různá – od seriózního hodnocení, hledajícího souvislosti s bůhví čím až po provokativní exhibice, které nemají s danou deskou často na první pohled skoro nic společného. Rodriguez (v minulosti také D.A.R., 41200, oficiálně pak Luděk Staněk), který s tímhle drzým a velmi osobním stylem psaní, inspirovaným britskými časopisy, u nás začal jako jeden z prvních, vysvětluje: "Vypadá to tak, že nepopisuješ jen hudbu, ale zároveň prodáváš sebe, což se některým hudebníkům asi moc nelíbí - vždyť to má být článek o jejich hudbě a ne o kritikovi, kurvapráce! Tak co si tam ten pisálek má co mastit ego na jejich úkor? Ale ono to není ani tak o mém egu, jako o tom, že chci vytvořit něco, co by se lidem dobře četlo, co by si pamatovali

a co by je bavilo - což je koneckonců dobře i pro toho hudebníka. To není o tom, že chci psát o sobě, ale recenze – to jsem přeci já versus ta deska."

Pravdivé lži

I když dopad hudební kritiky je u nás třeba v porovnání s Velkou Británií zcela minimální (poslední dobou pak skoro nulový), už jenom kvůli hudebníkům, jejichž práci zrovna řešíte, byste k posuzování jejich tvorby měli přistupovat zodpovědně. Desek dnes ale vychází tolik, že kritici prostě nemají čas se jim dostatečně věnovat. Každý kritik má svůj vlastní postup, většina z nich tvrdí, že se snaží každé album poslouchat opakovaně, ale pravda je taková, že kolikrát kritizované album ani nedoposlouchají do konce.

Rodriguez je upřímný:

"Já píšu vždycky několik recenzí najednou, jdu po instinktu, poslechnu si to jednou, dvakrát, textům se věnuju u českých desek, u zahraničních jen tak z poloviny. ...Trošku si říkám, že práci těch lidí bych měl věnovat víc pozornosti, ale desek vychází dneska tolik, že ty to popisuješ, jak by to slyšel posluchač. Jako kdyby jsi to poslouchal v supermarketu, když se rozhoduješ, jestli si tu desku koupíš a přeskakoval skladby. Ta zrychlenost by v tom měla být přítomná, protože takhle to prostě dneska je. Přemýšlíš o tom jako o produktu, o kterém prvoplánově víš, jestli funguje nebo ne a pak ty důvody rozepíšeš. Tenhle postup má logiku. Dlouhé recenze se dneska už skoro nepišou a popravdě - nepotřebuješ desku slyšet dvacetkrát, abys o ní pak napsal 1200 znaků."

Starší generace je v tom většinou trochu zodpovědnější, třeba takový Vojtěch Lindaur v tom má vyloženě systém ("Nejdřív si jednou si desku poslechnu jenom tak, po druhý dávám pozor, jak kdo hraje, po třetí s textama v ruce a přitom čtvrtým poslechu si už dělám poznámky."), i když je otázkou, jestli to tak skutečně funguje i v praxi. To se týká i dělání poznámek na koncertech, na což jsou starší ročníky publicistů uvyklí i přesto, že si pak všichni kolem klepají na čelo. Ale taková Jana Kománková na to vyzrála a zapisuje si poznámky formou smsek do mobilu, aby zbytečně nebyla příliš nápadná...

Každopádně i sebelepší systém nebo obrovský hudební background vám nemohou zaručit, že se ve své kritice nesečnete a hudebníka špatně odhadnete. Památný byl třeba i dodatečně přiznaný omyl Vojtěcha Lindaura, když sejmul album OK Computer od Radiohead, které následně vyhlásili kritici po celém světě za jednu z nejlepších desek všech dob, legrační je i přehmat Vladimíra Vlasáka, když ve své první zmínce o Britney Spears napsal, že je to chlap.

Pěsti ve tmě

Přesto samozřejmě pořád visí ve vzduchu otázka určité disproporce – jasně, že když už muzikant vydá desku, měl by počítat s tím, že si o tom bude někdo něco myslet, ale na druhou stranu může cítit nespravedlnost – práce na albu může trvat celá léta, kdežto recenzi můžete mít napsanou za půl hodiny. "Ne, to je blbost," ohrazuje se striktně Jana Kománková.

"Samozřejmě, že za každou deskou je spousta práce, ale nevidím důvod, proč bych měla být kvůli tomu hodná teta. Buďto do toho ty kapely jdou nebo ne. Já jim ty desky nijak fyzicky neničím, ani nikomu neříkám, aby nehráli, ale jsem novinářka, tak občas napíšu, že mi to připadá padlý na hlavu. Tak jako si každě může hrát, co chce, já si můžu nadávat, když mi to přijde na místě."

No jo, ale vysvětlíte to rozrušenému muzikantovi, co vás právě honí s baseballovou pálkou v ruce. Fyzické výpady na kritiky nejsou zase tak časté, ale stává se to. Mně takhle jednou (naštěstí jen po telefonu) hystericky vyhrožoval násilím Tomáš Vartecký, když jsem napsal,

že jeho družka Anna K není nijak zvlášť dobrá zpěvačka, Honzu Dědka kdysi napadl bubeník Hyena Family Pavel Pelán za nelichotivou recenzi jejich koncertu ("Potkali jsme se ve dveřích do klubu Bunkr a podroušený Pelán mi dal pěstí. Než mohlo dojít ke rvačce, ochranka nás od sebe odtrhla," vzpomíná Honza), Michala Nanoru pronásledoval DJ Tráva a i když ho nakonec nedostihl, satisfakce se mu přeci jen dostalo – to když Nanora sejmul nějaký pankáč na záchodcích v klubu 007 za jeho provokace v televizním pořadu Ladí neladí. To už je ale holt riziko povolání, které k hudební novinářině patří stejně tak, jako k muzice její kritiky. Naštěstí je to ale pořád hlavně jen legrace, causy typu Sabina Slonková jsou přeci jen z úplně jiného světa.

Klony útočí

Asi nejprovařenější pomluva, která o hudebních kritikách koluje, tvrdí, že každý hudební novinář je ve skutečnosti jen zkrachovalý a neúspěšný muzikant. Něco na tom bude, i když mnoho kritiků se o hudební dráhu nikdy kupodivu ani nepokoušelo a klidně přiznávají, že na nic hrát neumí, natož aby uměli zpívat. "V životě jsem na nic nehrál, uměl jsem zahrát na piáno jedním prstem Hey Jude, Deutschland Deutschland über alles a Narodil se Kristus Pán, to je všechno," přiznává Vojtěch Lindaur, ale nezdá se, že by s tím měl nějaký problém.

Podobně je na tom většina kritiků, i když zároveň existuje i dost těch, kteří se o hudební kariéru alespoň v pubertě pokoušeli, většinou však marně. Honza Dědek z Reflexu měl kytarovku New R. View, která však i přes smělé plány a dvě dema nikdy neměla jediný koncert. Rodriguez absolvoval na postu frontmana jednu neúspěšnou zkoušku s punkovou kapelou V.T. Marvin, kritici z Rock & Popu pak měli dokonce jeden čas ironickou kapelu Načernor, jejíž produkce byla ale prý tak děsná, že návštěvníci jejich koncertů houfně zdrhali pryč.

Samozřejmě, existují i pánové, kteří jsou i mimo svou publicistickou kariéru hudebně aktivní, ale většinou jde o pěkné ztřeštěnosti. Mám na mysli Petra Korála, který zpíval v metalové kapele Asmodeus a teď má nový, snad deathmetalový projekt Breaking Beads, Alexe Švamberka a jeho ujeté experimenty s Tonton Macoutes, či Ondřeje Bezra a Tondu Kocábka, které můžete zahlédnout v dost podivné undergroundové kapele Dřevěné pytlí v jutových uhlich.

Výjimek, co na hudebním poli skutečně něco dokázali, je pak opravdu poskrovnu, ve světě jsou však i případy, kdy se z původně řadového hudebního novináře stala velká hvězda – třeba Marilyn Manson nebo Neil Tennant z Pet Shop Boys, na Slovensku se to povedlo Richardovi Müllerovi, který také začínal jako hudební novinář. Ale u nás? Snad jen Ondřej Konrád, který je uznávacím mistrem foukací harmoniky a hrál s kdekým včetně Luboše Andršta, Marsyasu, ale i Wanastových Vjecí, Honza Vedral, který je saxofonistou populární ska kapely The Chancers a vlastně i náš externista Lukáš Turza aka čím dál uznávanější Juanita Juarez. Oni mají dobrý protiargument pro všechny, co označují hudební kritiky za neschopné nýmandy, na druhou stranu pak může hrozit střet zájmů.

Honza Vedral k tomu říká: "Vnitřně to mám vyřešený: Předně - to, že hraju v kapele, jsem nikdy netajil. A nikoho nenutím, aby o nás psal." Krom toho pak samozřejmě hrozí, že když někoho jako aktivní hudebník sejmete, on se pak může pustit do vás, jak si dovolujete někoho kritizovat, když i vaše kapela má k ideálu určitě daleko. Podle Vedrala je však takový argument zcestný: "Ve chvíli vzniku uměleckého díla má kdokoliv právo myslet si a říkat o díle nebo autorovi, co chce. Já si dělám si v klidu svoje – a to je moje hlavní krédo. S kapelou

jsem spokojenej, stejně tak spousta lidí, co nás poslouchá všude po světě. Myslíte si něco jiného? V pohodě - stejně vás mám rád."

Starci na chmelu

Tak jako tak ale přináší tahle práce velké množství výhod. Když opomineme nepravidelnou pracovní dobu a možnost vysedávání v hospodě už od tří hodin odpoledne, aniž by vás za to někdo prudil, jsou největší výhodou hudebního novináře samozřejmě cédéčka a vstupy na koncerty zdarma. Pozitivní navíc je, že když už vás někde zadarmo pustí, ještě to neznámá, že to musíte rovnou vychválit – opravdu, i když tomu možná spoustu čecháčkovských rýpálek nevěří. A i když to člověka rozmazlí (kritici si nejenže kupují desky velmi málo, ale velká většina z nich si ještě přilepšuje tím, že desky získané na recenze pak rozprodává po bazarech), je fakt, že jde pouze o pracovní podmínky, které jsou, řečeno politickou hantýrkou, zcela legitimní.

Problém ale je, že si člověk na tyto výhody velmi snadno zvykne, což vede k tomu, že svou práci vykonává déle, než je zdravé. Bylo by lepší být kritikem jen do určitého věku? Na tuto otázku jsou dva (roztomile logické) úhly pohledu – zatímco publicisté pod třicet let to považují za jasnou věc, ti starší naopak odhodlaně tvrdí, že je to blbost. Mno... Samozřejmě je na každém, dokdy bude dělat tuhle práci, ale je fakt, že i ten nejprogresivnější a nejotevřenější kritik může těžko držet krok s mladou generací. Když píšou starší pánové o jazzu, vážné muzice nebo o kapelách své generace, je to v pořádku, ale na druhou stranu třeba takové pokusy Josefa Vlčka zorientovat se v taneční scéně působí pro všechny zasvěcené minimálně dost legračně. "Nerada bych byla ta, který se mladý smějou, že je mimo, tak jako jsme se my smáli těm pánům, když se snažili napsat recenzi na Chemical Brothers a vůbec nechápali, o čem to je. A už tenkrát mi bylo jasné, že si musím dát pozor, abych takhle nedopadla," tvrdí Jana Kománková. Ano, má jistě pravdu, ale bude zajímavé sledovat, jestli bude takhle kategorická i za deset let.

Rodriguez pak na tohle téma přichází s myšlenkou, která mi připadá pro celou hudební kritiku až nehorázně trefná:

Být kritikem - to je taková mužsko-pubertální záležitost. Proč myslíš, že je v téhle branži tak málo holek? Děláš něco, co tě baví, jsi ve vlastním světě a připadáš si důležitější, je to o hraní si. V širším společenském kontextu je to vlastně šíleně nezodpovědná práce. Já si myslím, že hudební kritiky dělají chlápci, který odmítají dospět. Chtějí pořád chodit na koncerty nebo doma z cédéčka poslouchat svoje idoly, pít pivo z kelímku, kecat s kámošema a hlavně chtějí mít pořád pocit, že je to stejný, jako když jim bylo devatenáct.

Na pokraji slávy

V zemi, jejíž showbyznys působí v rámci světového kontextu jako dětská vánoční besídka, se nedá očekávat, že by nějakou výraznější veřejnou známost utrhli i čeští kritici. Osobně neznám žádného kritika, kterému by se na své články dařilo úspěšně balit holky, i když třeba taková Jana Kománková prozrazuje, že díky svému psaní má své fanoušky i regulární čitatele. "No, dostávala jsem i milostný dopisy, ale většinou strašně divný. Třeba psal nějaký Slovák, že se mu líbí články Jany Kománkové, ale že slyšel, že nosí brýle. Nebo psal někdo, že jsem jeho idol, ale ať mu radši neodepisuju, že by to mohla najít jeho přítelkyně. Takováhle práce ti dost komplikuje osobní vztahy, zvláště když si ženská. Neúspěšní muzikanti předstírají zájem o tebe a ve skutečnosti to dělají proto, aby dostali svou neúspěšnou kapelu do médií a aby měli lístky zadarmo. Ne vždycky je to ale hned poznat... No a pak se mě taky chlapi bojejí, když jsem ta drsná kritička."

Každopádně opravdová sláva hudebního kritika potká jen párkrát za život a to tehdy, když se mu podaří vyvolat casus, která se dostane i mimo stránky jeho domovského časopisu, případně objeví v muzice nějaký převratný talent (to ale u nás moc nefunguje) nebo se naveze do kapely, která zrovna frčí a má kupu militantních fanoušků (to je u nás naopak běžné – viz Vladimír Vlasák vs Kelly Family). Častokrát také k větší míře veřejné známosti přispívají sami hudebníci, kteří se chtějí svému kritikovi veřejně pomstít, ale paradoxně mu tak dělají jenom reklamu. To je případ kapely Chaozz, která o Rodriguezovi napsala v reakci na jeho prudivý článek dokonce celou skladbu, nebo kapely Southpaw, která si v rámci pomsty nechala na svůj křest udělat ironická trička s nápisem We Love Jana Kománková.

Druhým šidítkem pro pocit slávy může být pro hudebního publicistu fakt, že je kvůli své práci nablízku tuzemským i zahraničním hvězdám. Asi největší zkušenosti a zážitky s hvězdami pak má expert na rozhovory Honza Dědek, jehož články kolikrát působí tak neuvěřitelně, že ho kolegové tajně obviňují z toho, že si je vymýšlí.

Pokud je něco činí neuvěřitelnými, pak jediné proslulost umělcova jména. Perryho Farrela z Jane's Addiction jsem požádal o rozhovor v okamžiku, kdy od nějakého fanouška dostal jointa. Byl už přio opilý, ale s rozhovorem souhlasil. Cestou ke stolku cigaretku ztratil a tak jsme ji prostě šli hledat; trval na tom. Kdyby v této historce nefiguroval známý muzikant, nebyla by to snad ani historka, natož zajímavá. Jinou mám s Jamesem Deanem Bradfieldem u Manic Street Preachers – požádal jsem ho v zákulisí glastonburského festivalu o rozhovor, ale neměl jsem u sebe diktafon. Čekal půl hodiny, než jsem si pro něj došel do stanu. Zní to neuvěřitelně? Dnes snad ano, tehdy to však byla začínající, nepříliš známá kapela. Všechno je relativní.

Mám takové pravidlo: rozhovor je jako divadelní hra – musí se pečlivě a dlouze nazkoušet. S tuzemskými osobnostmi se proto scházím několikrát, u těch zahraničních jsem třeba svého času všem zpovídaným tvrdil, že mám dnes narozeniny – krom toho, že jsem shromáždil zajímavou sbírku nazpívaných přání Happy birthday, byli ke mně vždy o poznání milejší. Stejně tak lze vybranou hvězdu urazit, protože se potom může vášnivě a nekontrolovatelně rozhovořit a v nejhorším případě každou umělkyni potěší květina; alespoň Sinéad O'Connor, Alanis Morissette a Sheryl Crow měly velkou radost a hned více chuti do povídání. Jak je tedy vidět, díky místním pobočkám mezinárodních gramofirem už není takový problém pokecat si po telefonu s idoly z dětství, nebo se v případě našich hvězd dostat za někým po koncertě do šatny, ale postupem času člověk lehce otupí a přestane se na hudebníky dívat jako na něco výjimečného. Jak říká Vladimír Vlasák, "pak už se s tím člověkem potkám a bavíme se s ním o normálních věcech, o psech, o problémech s barákem, někdy se to zvrhne v úplně normální tlachání." To však s sebou přináší i značné úskalí – jakmile si na scéně naděláte hodně kamarádů, potom je také velmi těžké o nich nezaujatě psát. A každý kritik s tím má problém. Když desku svého známého pochválíte, hrozí, že budete obviněn z neobjektivnosti, když se vám to naopak líbit nebude, riskujete, že přijdete o kamaráda. Většina publicistů to tedy řeší tak, že o svých známých raději vůbec nepíší, případně se programově nějakým velkým kamaráďsoftům s umělci vyhýbá. A mezi námi – vzhledem k tomu, že kritiky stejně nemá nikdo rád, to není zase takový problém.

U nás v Kocourkově

V souvislosti s krizí hudebního trhu jako takového se začínají čím dál víc varovněji objevovat spekulace, zda hudební kritika, potažmo celý hudební tisk, vůbec ještě někoho zajímá a zda-li má vůbec ještě nějaký smysl. My samozřejmě doufáme, že ano (jinak bychom pro vás tenhle časopis rozhodně nedělali), i když okolnosti nejsou moc růžové. Česká hudební kritika

dozajista ztrácí vliv, za což paradoxně může i změna politického systému. "Ta stará garda, to byli takoví arbitři obecného vkusu a oni sami prezentovali nějaký ikony v tom, že nemluvili jen o muzice. A i když se to odehrávalo na tom, že je špatná nějaká zpěvačka, byl v tom obecnější podtext. Tehdy každé věděl, kdo je Rejžek a Černý, ale kdo dneska ví, kdo je Nanoru? Byl to kult. Po revoluci to ještě bylo v pohodě, najednou sem přišlo moře zakázaný muziky a kritici čtenáře provedli tím, co je z toho dobrý a co ne. Navíc prezident rocker, že jo..." říká Jana Kománková, aniž by to myslela jakkoliv zpátečnický.

Změna vlivu hudební kritiky je ostatně patrná i v číslech – Rock & Pop začínal po revoluci s nákladem sto třiceti tisíc kusů a skončil na dvanácti tisících, podle některých informací pak dokonce ještě méně. Kromě změny společenského postavení kritiků na to jistě měla vliv i proměna hudební scény jako takové. Vladimír Vlasák, který pamatuje ještě staré doby za dob časopisu Melodie v osmdesátých letech, to potvrzuje: "Hudba se změnila víc v zábavu a to přináší změnu i naší profese, hudba je taky teď zcela dostupná. Dřív jsme si trochu hráli na partyzány, už to ztrácí ten příděch dobrodružství. Společnost je hodně nasycená a blahobytná a nevezde se s tím žádná revoluce. Jakmile se totiž ta generační revoluce spojí s muzikou – ať už to byli Beatles nebo punkáči, potom to třesne."

Abychom si ale rozuměli, to není důchodcovská nostalgie po těch "starých dobrých časech", jde o to, že role a význam psaní o hudbě se mění. Není to tedy krize hudební publicistiky jako takové, ale krize hudební publicistiky v podobě, jakou jsme jí znali. "Stará hudební publicistika vycházela z toho, že populární hudba je umění, ale to už není. Pop je dneska produkt, i rock je dneska produkt a ty to jako recenzent prakticky nesmíš brát vážně. Určitá míra cynismu je na místě. V Čechách je to tak, že tady pro lidi hudba není téma, protože se prodává málo desek, lidi si ty desky vypalují, takže to tu neběží tak, že vyjde nějaká ostře sledovaná novinka, všichni si pro ní běží do obchodu a pak tu desku čtrnáct dní řeší. A pak je to o tom, že většina periodik, který tady zůstaly, jsou stupidní. Jsou to spíš fanziny, ty lidi tam neumí psát a co je horší – nemají názor, jen tupě popisují," tvrdí nekompromisně Rodriguez.

Je to opravdu tak?

Kalamita

Jistě, úroveň tuzemského hudebního tisku je dost často na pováženou. Chybí tu osobnosti, ikony typu Jiřího Černého jsou už trochu mimo, zatímco většina hudebních novinářů je spíš popisnými dělníky, jejichž články pro naprosto průměrnou stylistiku nudí k uzoufání. A když už se nějaký objev vyloupne, málokdy má tolik sil, aby vydržel – viz hvězdný Michal Nanoru, který od té doby, co odjel na studia do Anglie, už dává od hudební kritiky pracky pryč a podle posledních mailů prochází zásadní metamorfózou.

Takže ano, moc to tady neumíme, ale paradoxní je, že malý dopad hudební kritiky nezpůsobuje jen naše provinční neschopnost. Hudební časopisy ztrácí vliv všude na světě, i když je potřeba vzít v potaz námitku, že zániky zejména britských tanečních časopisů jsou provázané s nezájmem o taneční muzikou jako takovou, kdežto např. náklad metalového Kerrangu velmi roste. A i když má bývalý šéf časopisů Rolling Stone a Show! Rodriguez dozajista pravdu, že doba "vousatých" elaborátů, v nichž se intelektuálně rozebíralo poselství hrdinných rockerů, je už dávno pryč, praxe ukázala, že tuzemští čtenáři jsou pořád dost nevyzpytatelní. Byly to právě "Rodriguezovy" časopisy, které se snažily vnímat populární hudbu jinak, nahlížet na ní spíš z hlediska showbyzového než uměleckého a dělat si z ní legraci, ale oba časopisy nedopadly dobře. RS skončil úplně (ano, jistě i vinou vysokých licenčních poplatků) a z Show! se díky nedostatečným prodejům nakonec stejně stal po změně

vedení konečně ten bulvár toho nejvulgárnějšího kalibru, kde titulky typu "Leoš Mareš nemrdá" jsou na denním pořádku.

Jenže vzhledem k tomu, že nepřežil ani ten Rock & Pop, který se pořád držel staré cesty (včetně špatné grafiky, jisté konzervativní zacyklenosti a neatraktivitě velké části článků), ukazuje se, že pravda bude nakonec zase někde uprostřed. Ostatně tam někde vidíme i místo našeho Ultramixu, ale to jen tak mezi námi. Prča je ale v tom, že i když české hudební časopisy jistě prochází krizí malého zájmu čtenářů, časopisů letos paradoxně ještě přibývá. Počítejte s námi: Ultramix, X-mag, &MusiQ pod novým vedením nováckého Pavla Skaly, Report, metalový Spark, zcela nový Music, Rave, Bassline, Bravo a další dětské hudební časáčky, Uni, Jazz Times, Alešem Brichtou (!) založený Rock Shock, v plánu je i zatím spíše tajemstvím zahalený titul Spike, vzdát to nechce ani Lindaurova parta, která stále hledá nového vydavatele pro svůj Rock & Pop a to jsme na některé méně významné určitě i zapomněli. To je na desetimilionovou republičku docela síla, ne?

Navíc je potřeba si uvědomit, že populární hudbě se alespoň z části dnes věnuje skoro každá tiskovina – od deníků přes bulváry, ženské a pánské časopisy, lifestyleové magazíny až po Reflex či Týden. To nemůže dopadnout dobře. Ale – ať si každý dělá, co uzná za nejvhodnější, budou to čtenáři, kdo rozhodne o tom, kdo přežije a kdo s ostudou zaleze zpátky do boudy. Jasně, je to tak - jste to právě vy, kdo má i toho nejdrsnějšího kritika ve svých rukou.

Radek Bureš, Ultramix

Příloha IV.

Mail from: capek@ebrana.cz

Mail to: jezkova@ebrana.cz

Přijato dne: 6.1.2009

Ahoj,

přesměrovaná adresa je pro uživatele vždycky lepší. Nic na použitelnosti to nemění, ale jen jako uživatel budeš mít víc jasno a adresa ti tak líp vryje do paměti. Některé lidi přesměrované adresy dokonce děsí, protože se leknou, kam je to ten internet zase žene.

Co se týče SEO optimalizace – stránka www.rockandpop.cz nemá absolutně žádnou. Aby splnila alespoň minimální kritérium pro SEO museli by mít vyplněný Seo fieldy. Vyhledávače se řídí podle vyplněných dat, a když tam ty data prostě nejsou, vyhledávač tu stránku jakoby nevidí.

Zatím

Ing. Michal Čapek
Internetový marketing
eBRÁNA, s.r.o.

Příloha V.

Mail from: kochanickova@ebrana.cz

Mail to: jezkova@ebrana.cz

Přijato dne: 6.1.2009

Ahojky,

k počítání stránek používám vždycky yahoo. Je takový nejstřídmější.

K sociálním sítí. Třídí se v nich všechna data dle stanovených kritérií, fungují na způsob takových specializovaných vyhledávačů. Data mají stanovený formát, podle toho je potom robot schopný je zařadit. Pomáhají tomu taky číselníky. No a právě tyto číselníky jsou ten největší rozdíl oproti běžným, fulltextovým vyhledávačům.

Čau

Ing. Martina Kochaničková
Internetový marketing
eBRÁNA, s.r.o.

Resumé

Musical magazine Rock&Pop is a legend among all czech musical magazines. Its position on the market is not easy. Nowadays is musical opinion journalism divided into several branches. We meet it in radios, televisions and especially on the internet. My bachelor thesis is focused on this magazines. I observe the history and contemporaneousness of Rock&Pop.

The progress of musical opinion journalism in the Czech republic was very long and developing. The circumscriptions of the words musical opinion journalism, musical magazine and musical reviewer give us the primal meaning of these words.

From the first musical expert opinion until contemporary musical opinion journalism. The musical expert opinion we can find only in specialized magazine (p.e. for classical music, opera, folk music). In the mainstream musical magazines we can sometimes find out the ill-sorted reviews. Editorial stuff of magazine Rock&Pop is mostly not skilled in musical theory, but their reviews and interviews are very readable and interesting.

Musical magazine Rock&Pop did not have easy and straight progress. Its first publication had absolutly biggest number of sold copies in the history of musical magazines in the Czech republic. But then we can clearly see its failure. In the beginning of the 21st century the Rock&Pop gets into its biggest crisis ever. Whole editorial staff left the magazine because of the disagreements with majority owner and economical problems. Nowadays the magazine wins back its gone by glory and respect among the others musical magazines.

Conception of this magazine is now steady by its column. The work describe all these column in detail. That's why we can imagine the structure of contemporary Rock&Pop. It is magazine which we can read whole month. Quantity of information takes us a lot of time to soak them up.

Contemporary opinion journalism is spreading out everywhere, without knowing about it. To meet musical magazine Rock&Pop on the internet is not hard. The magazine has its own online version. Special editorial staff take care of it. We can find there many musical informations, picture reports, video reports, interesting interviews, reviews and of course discussions.

To show how hard is to achieve the success in this musical business (musical opinion journalism) is there a contemporary printed musical magazines survey. Some of the musical magazines are very one-track – p.e. on classical music, opera, dance, folk music. There are

also some mainstream musical magazines. Among them are competitors fight really hard. They all have to interest as many readers as they could.