

## Hudba ve věku své technické reprodukovatelnosti a v soudobém mediálním kontextu

Jiří Fukač

Roku 1936 vydal německý (tehdy již exilový) literární kritik a teoretik kultury Walter Benjamin (1892 - 1940) v časopise "Zeitschrift für Sozialforschung" průkopnickou stat "L'oeuvre d'art a l'époque de sa reproduction mécanisée" (autorův text byl přeložen do francouzštiny hlavně z toho důvodu, že 5. ročník tohoto časopisu s vročením 1936 vyšel v Paříži). Po druhé světové válce se pak titul oné stati stal okřídleným mottem mnoha estetických a uměnovědných úvah: díky Benjaminovu impulsu bylo prostě možno a nutno zamýšlet se přesněji než kdy dříve nad tím, co se děje s esteticko-uměleckými produkty v éře jejich mechanické (či vůbec technické) reprodukovatelnosti.

Autor citované stati připustil, že umělecké výtvoř (zvláště výtvarné produkty) byly vždy nějak reprodukovatelné, avšak usoudil, že v průběhu 19. a 20. století přineslo zdokonalení příslušných reprodukčních technologií zásadní zvrat ve vývoji produkce a recepcce. Produkce se prý začala podobat kapitalistickému výrobnímu způsobu (se všemi důsledky, jak je konstatoval již Karl Marx), z hlediska recipienta se stal méně podstatným rozdíl mezi originály a jejich reprodukci, proces recepcce nabyl rázu masového konzumu a vytratila se "aura jedinečnosti" uměleckého výtvoř, m.j. proto, že "při představování lidského obrazu pomocí aparátu se tvůřčím způsobem těží z odcizení člověka sobě samému" (Benjamin 1979, s. 30). Z moderních technických prostředků či druhů esteticko-umělecké tvorby si sice Benjamin povšiml pouze fotografie a filmu, avšak jeho myšlenky lze aplikovat též při výkladu jiných, tedy i nevizuálních projevů.

Pokud bychom uvažovali v Benjaminových intencích o zvukové esteticko-umělecké produkci, mohli bychom v první řadě konstatovat, že jak slovesné, tak i hudební projevy byly samozřejmě vždy závislé na "živém rozeznění", které mohlo i nemuselo znamenat reprodukční akt sui generis (dodnes lze například o činnosti výkonného hudebníka, hrajícího z not či podle paměti, vypovídat též slovem "reprodukce", za reprodukci originálního tvaru však nepovažujeme improvizaci, z folklóru známé předávání nářevů jejich variačním obměňováním, atd.). Reprodukovatelnost v čase realizovaných a po svém odeznění akusticky neexistenčních slovních promluv i hudebních projevů byla pak podstatně posílena vynálezem jejich grafické vizuální fixace, tedy písma a hudební notace, přičemž zrodem knižtisku a nototisku vstoupila zvuková tvorba již do prvního stadia své technické reprodukovatelnosti v benjaminovském slova smyslu: počínaje érou humanismu se v západoevropské kulturní sféře vytvořil vyhraněný trh s knihami a hudebninami (tyto tiskoviny totiž rychle nabývaly povahy snadno šířitelné komodity), docházelo ke zmasovění literární četby a hudebně reprodukčních (interpretačních) aktivit (eo ipso pak též hudebního poslechu) atp. Nicméně připustíme, že psané či tištěné záznamy zvukového projevu se chovají pouze jako jeho užitečné "překódování", tj. jako mediální jinobyť slovesnosti a hudby. Ani uplatnění "aparátu" v podobě techniky tisku a nototisku nevede tudíž nutně k oslabení individuality či "aurativnosti" zvukového výtvoř. V epoše mohutného rozvoje

knihtisku a nototisku se naopak paralelně s rozmachem masovosti literární a hudební recepce upevňuje i charakter umělecké "opusovosti" mnoha literárních a zvláště hudebních děl a oba druhy zvukové estetické produkce se začínají jevit jako plnohodnotná a recepčně náročná "krásná umění".

Nástup druhého a plně vyhraněného stadia oné Benjaminem konstatované situace se odehrál až v souvislosti s objevem moderních technických aparatur, jež umožnily "konzervaci" akustických dějů jako potenciálních nositelů řečového či hudebního projevu. Určitou možnost zvukové fixace tónových hudebních struktur nabízely sice od pradávna (výrazněji od renesanční éry) hrací hudební stroje zvané "automatofony", jejichž velká obliba v průběhu 19. století signalizovala vznik masové poptávky po "zvukových konzervách", skutečnou revoluci však přinesly teprve přístroje dovolující přímý zvukový záznam rozezněné řeči a hudby. Roku 1877 byl vynalezen Crosův parléophon, v téže roce se poprvé uplatnil Edisonův fonograf a v letech 1887-88 se zrodila gramofonová deska (raný vývoj gramofonové techniky byl završen roku 1924, kdy vznikla možnost elektrického záznamu zvuku mikrofonom). Fonografu využívali k záznamu zvukových projevů od 90. let 19. století zejména etnomuzikologové (roku 1891 byl ovšem fonograf demonstrován v Praze i jako přístroj schopný zaznamenat uměleckou hudbu a recitaci) a kolem roku 1900 se již mocně rozvíjela tržní produkce gramofonových desek, které se staly především nosičem nahraných živých hudebních projevů. Do popředí vystupuje totiž právě v této chvíli zásadní funkční rozdíl mezi technickou zvukovou reprodukcí řeči a hudby. Jestliže ideálním prostředkem individuální i masové recepce literatury se stalo již dávno předtím tištěné slovo, takže zvukový záznam hlasitě přednášené (zejména umělecké) slovesnosti zůstal i ve 20. století spíše doplňkem obecně rozšířené četby, pak ve sféře hudební komunikace znamenalo vytvoření reprodukovatelného záznamu aktů hudebního rozeznání skutečný kvalitativní zvrat: nezávisle na dosavadních formách prezentace hudební produkce mohly být technicky pořízené záznamy živé hudby nyní adresovány jako masově dosažitelná a "klasickými" obchodními mechanismy distribuovatelná komodita prakticky neomezenému počtu recipientů. Další kvalitativní vývoj zvukového záznamu (připomeňme, že vedle tzv. mechanického záznamu, na jehož principu spočívá gramofonová deska, a neméně kvalitního záznamu optického, využívaného pro zhotovování běžných kopií zvukového filmu, získal od poloviny 20. století nejvýznamnější postavení magnetický záznam, jehož nosičem je pásek s magneticky aktivní vrstvou, přičemž manipulaci se záznamem slouží přístroj zvaný "magnetofon") pak propůjčil reprodukovatelné hudbě funkci kulturně i civilizačně důležitého a vskutku masově působícího estetického faktoru, přičemž se tu ovšem projeví mnohé rysy, na něž upozornil Benjamin: výroba nosičů zvukového záznamu hudby se stala obrovským průmyslovým odvětvím, možnost pořizovat nahrávky různých interpretačních podání téhož hudebního výtvaru podstatně proměnila chápání originality či identity skladeb i aktů jejich provedení a v souvislosti s tím se nepochybně oslabila též "aura jedinečnosti", která se kolem projevů skladatelů i výkonných umělců vytvářela nejpozději od vrcholného klasicismu či raného romantismu. Jen kvůli úplnosti dodejme, že prvotní rozmach gramofonové produkce probíhal takřka paralelně s nástupem a prudkou komercializací kinematografické

techniky a filmové produkce, kam ovšem v éře němého filmu mohla technicky reprodukováná hudba pronikat jen v podobě zřídka využívaných gramofonových desek (teprve v letech 1926-27 vznikají první zvukové filmy a roku 1929 je poprvé použito post-synchronu, tj. techniky dodatečného ozvučení filmu).

Zjistili jsme tedy, že i hudební kulturu je možno, ba nutno zkoumat a vysvětlovat z benjaminovských pozic. Je tu však ještě další technický faktor, který výrazně proměnil povahu hudební kultury, totiž "přenos" hudby prostřednictvím rozhlasu a televize. Tato moderní technická média sice přispěla ke zmasovění distribuce a recepce hudby přinejmenším v té míře jako produkce nosičů technického zvukového záznamu hudby, přičemž právě ony nosiče (zvláště gramofonová deska a magnetický pás) v nich našly široké uplatnění, striktně vzato však nebyla vynalezena a zavedena do praxe kvůli reprodukcí zvukových (v případě televize pak audiovizuálních) záznamů, nýbrž kvůli přenosu příslušných audiálních (respektive audiovizuálních) informací. Navíc nelze na rozhlas a televizi pohlížet jen jako na prostředek šíření esteticko-uměleckých produktů: primárně a v daleko větší míře bylo a zůstává jejich úkolem šířit informace a produkty jiného typu. Navíc též rozhlasová i televizní prezentace čehokoliv získává postupně svou vlastní esteticky působivou formu, která se dokonce může jevit jako specificky nový druh umění.

Pokud se nicméně hlouběji zamyslíme nad funkcí rozhlasu, pak tu přece jen najdeme jednu velmi specifickou spojitost s Benjaminovým líčením situace, do níž vstoupila esteticko-umělecká produkce v epoše své technicky zprostředkované reprodukovatelnosti. Vynálezem zvukového záznamu byla dána šance uchovávat audiální projevy tak, aby byly ve své konkrétní jedinečnosti dostupné kdykoliv po svém doznění: šlo tu tedy o reakci na fakt pomíjivosti zvuku v čase. Takřka paralelně s tímto vynálezem se však napřelo úsilí vynálezců ještě jiným směrem: šlo o to, jak pomocí nových technických prostředků zajistit distribuci zvuku tak, aby přestala být závislá na omezené donosnosti "přirozeného" akustického signálu v prostoru. A právě díky tomuto úsilí se zrodila idea a posléze i praxe rozhlasu, tj. takového technického zařízení, jež dovoluje zpřístupnit zvukový projev v jeho aktuální podobě prakticky kdekoliv.

Zatímco první elektrické telegrafy umožňovaly od 30. let 19. století dálkový přenos kódovaných (v podstatě písemných) zpráv, bylo po objevu principu mikrofону a po vynálezu telefonu (Alexander Graham Bell 1876) myslitelné přenášet na dálku mluvené hovory a vytvářet elektrickou spojovací techniku. Po telefonních linkách a pomocí běžných telefonních přístrojů začala pak být přenášena i hudba: roku 1880 šlo například o přenos pěveckých slavností na trase Curych - Basilej, v roce 1891 byl takto "vyslán" koncert z newyorské Metropolitní opery a v Berlíně vyzkoušeli roku 1912 dokonce i možnost stereofonního přenosu. Od počátku 20. let se již v Evropě vydatně a úspěšně experimentovalo s bezdrátovým šířením zvukových projevů (sloužily k tomu upravené telegrafní vysílače). Podněty ke konstrukci rozhlasových přijímačů (tzv. "radiohudebních krabic") se snažil dát roku 1916 David Sarnoff, mladý zaměstnanec firmy American Marconi Company, americká produkce těchto přístrojů však byla zahájena až v roce 1920 (viz Eco 1995, s. 335 - 336). Záhy poté se zrodily i první skutečné rozhlasové stanice (Pittsburgh v USA 1921, British Broadcasting Corporation, tj. BBC, 1922). Do lidských

dějiny tak vstoupil rozhlas a začaly se psát i dějiny s ním svázané, tedy "rozhlasové" hudby. Vysílala se přirozeně hudba v živém provedení i z nahrávek, přičemž její šíření nabylo dosud nevídané masové povahy: jestliže i při "astronomických" nákladech gramofonových desek mohli si jejich četní uživatelé-posluchači zpřítomňovat zaznamenanou hudbu kdykoliv podle své libosti a ve vlastním výběru, pak rozhlasové šíření zvukového projevu (včetně hudby) "donutilo" obrovský počet individuálních i jakkoliv skupinově sdružených příjemců poslouchat určité projevy v jedné a téže chvíli. Vznikl fenomén simultánního poslechu realizovaného nesmírně širokým (a tudíž masovým), leč v prostoru rozptýleným "skrytým" publikem. Bylo-li předtím možné v obrovských místnostech či na širokých vnějších prostranstvích živým zvukovým výkonem naráz "oslovit" stovky či tisíce lidí (v případě elektrotechnického ozvučení takovýchto prostor by se dalo uvažovat o ještě větším počtu jedinců, přítomných v určitém okamžiku na nějakém místě), pak rozhlasový přenos vytvořil možnost, aby jedinci či skupiny na různých místech a fakticky v neomezeném počtu byli "hvězdovitě" propojeni s jediným místem (respektive se síťově spojenými více místy) toho kterého vysílacího aktu. A ať už v takových případech jde či nejde o rozeznění "zvukové konzervy", dostavuje se tu zcela specificky intenzifikovaný "benjaminovský" efekt. Slovesný či hudební projev ve své hic et nunc dané podobě rozeznění se simultánně "reprodukuje" v mysli nespočetného množství prostorově rozptýlených recipientů a slyšitelný akt může být pro masu bezprostředně "reportován". Posluchač se přirozeně stává zcela závislým na vysílací nabídce a konformuje se nevědomky s takto "oslovovanou" masou všech příjemců. Jde tu o revolucionizaci distribuce (odtud ovšem zpětně i produkce) zvukových dějů. Aura jedinečnosti projevu se přitom ztrácí či neztrácí, svou zvláštní auru získává však právě sám přenos (víme, že třeba Hitlerovy projevy měly rozdílnou fascinaci pro posluchače přítomné v místě jeho vystoupení a pro ty, kdož diktátorovi naslouchali u rozhlasových přijímačů: těžko říci, která působnost byla mocnější). Že toto aktuální zpřítomnění zvukových dějů rozvíjí celý vějíř možných postupů odcizení, je nabitelní. Rozhlas a samozřejmě později i televize jsou tedy nepochybně fenomény, jež spoluurčují onu Benjaminem analyzovanou situaci a v jistém smyslu snad přinášejí i její historické završení (srovnej Eco 1995, s. 321-334).

Problematika technické reprodukovatelnosti či distribuovatelnosti esteticko-uměleckých produktů souvisí ovšem i s otázkou tzv. "zprůmyslnění" umělecké kultury (včetně hudby). O korelacích průmyslu (jako hospodářského faktoru) a umění uvažoval dávno před Benjaminem český estetik Otakar Hostinský (v práci "Umění a společnost" z roku 1907; viz Hostinský 1956, s. 7-66) a mohli bychom připomenout i obdobné obecnější úvahy Johna Ruskina z roku 1857 (Ruskin 1925). V posledních desetiletích se ovšem stále častěji konstatuje, že mezi průmyslem, obchodem a uměním se vytváří hustá síť nejrozmanitějších souvztažností, přičemž jako "klasický" příklad bývá uváděna situace moderní populární hudby (Dorůžka 1978; Wicke 1993) a masové populární kultury vůbec (Kausch 1988). Někdy se přímo hovoří o existenci hudebního průmyslu, jindy alespoň o zaklínění hudby do jinak pojmenovaných průmyslových odvětví. Zodpovědnost za procesy "zprůmyslnění" esteticko-umělecké produkce bývá pak připisována i masovým komunikačním médiím.

Při zkoumání podobných otázek je ovšem třeba vždy zvažovat, zda skutečně došlo ke zprůmyslnění té-které umělecko-kulturní produkční sféry. Je totiž možné, že se mnohdy jedná pouze o jistou závislost umění na průmyslové produkci nebo o nepřímé analogie. Tyto závislosti či analogie vznikají například tam, kde se při umělecké produkci a při zajišťování jejího odbytu využívají nejen technicky náročné průmyslové výrobky, ale i postupy běžné v organizaci průmyslové výroby, kde se průmyslově vyrábí materiální "nosič" uměleckého díla (zvláště při uplatnění moderních reprodukčních technologií, o čemž uvažoval již Benjamin), kde umělecké produkty figurují na trhu v podobě zbožího artiklu, tedy stejně jako průmyslové zboží, apod. Nalik se samotná tvorba esteticko-uměleckého objektu podobá či přibližuje průmyslové výrobě, to je otázka, kterou musíme posuzovat v každém případě zvlášť: produkce filmu, budování monumentální stavby a vytváření skladby v elektronickém hudebním studiu mají jistě k fenoménu "průmyslu" blíže než třeba inscenované drama, malířský výtvar a kompozice i interpretační provedení smyčcového kvartetu. S aplikací termínu-pojmu "průmysl" v komunikaci o umění bychom zkrátka neměli zacházet příliš lehkověrně či pouze metaforicky.

Ve sféře hudební kultury docházelo již v dřívějších dobách k uplatnění některých postupů průmyslové produkce tam, kde přicházela ke slovu technicky zabezpečovaná výroba materiálních hodnot. Rukodělná výroba hudebních nástrojů mohla nabývat manufakturních rysů a posléze se proměnit v masovou tovární produkci. Zvláštním průmyslovým odvětvím se stal knihtisk a nototisk. Ve 20. století se pak uplatnily průmyslové výrobní postupy při produkci zvukových nosičů a technických přístrojů umožňujících jejich použití (pro úplnost tu uvedme i výrobu zvukových filmů), později při výrobě elektronických nástrojů využitelných v hudbě atd. Ukázalo se též, že čím náročnější technologie jsou uplatňovány při vytváření zvukové podoby hudby (posléze i při hudební kompozici) a pochopitelně též při výrobě přístrojů umožňujících takovéto hudební produkování, tím specializovanějším a mohutnějším průmyslovým odvětvím se stává příslušná "prvovýroba" zvukových, zejména elektroakustických přístrojů (například syntetizérů a související digitální či computerové techniky) a tím zřetelněji nabývá charakteru vysoce specializované "průmyslové práce" i hudebníkovo kreativní využívání oněch aparatur (Forró 1993; Noll 1994). V USA se ovšem průmyslově organizovanému produkčnímu odvětví začal záhy podobat celý komplex různých institucí výrobního, ale i vydavatelského, agentážního a distribučního charakteru, který sloužil rozmachu moderní populární hudby: roku 1900 se například vžil výraz "Tin Pan Alley" nejen jako žertovné označení proslulé newyorské hudební vydavatelské čtvrti, nýbrž právě jako charakteristika masové, takřka průmyslově organizované produkce novodobých šlágrů. Toto odvětví se pak vřadilo do širší sféry tzv. zábavního průmyslu. Posléze začal být takto zformovaným institucionálním komplexem unášen hudební život jako celek (tedy nepochybně i klasického fondu) artifiální hudební produkce, jakož i diktát, který právě tato distribuční forma uplatňuje vůči celému hudebnímu životu, včetně tradičního koncertního provozu). A jelikož analogické procesy probíhají i ve sférách orientovaných na ostatní druhy esteticko-umělecké tvorby, hovoří se dnes doslova o kulturním průmyslu.

Lze se samozřejmě přít o to, do jaké míry je průmyslovými rysy poznamenána i fyziognomie elektronických masových médií typu rozhlasu a televize. Jde tu totiž o pracovní formace či instituce, jejichž prvořadým úkolem je šíření (tedy nikoliv "výroba") informací, kulturních či zábavných pořadů a pod. Přestovšechno jsou obě média spjata se sférou průmyslu zejména těmito momenty:

- Rozhlas a televize vytvořily své funkční spektrum v procesech zrání industriální společnosti (navíc lze říci, že dokonce patřily ke spolutvářcům jejích novějších podob).

- Vznik a razantní nástup rozhlasu a posléze i televize byl umožněn mohutným rozvojem nových technologií, díky nimž se zformoval novodobý elektrotechnický průmysl; v obou médiích se přirozeně nadále využívají inovované produkty tohoto průmyslu i dalších souvisejících průmyslově výrobních odvětví.

- Využívání rozhlasové a televizní techniky připomíná v lecčems pracovní postupy uplatňované ve špičkových průmyslových podnicích a dokonce i řízení a strukturování týmové práce v rozhlasových a televizních stanicích či studiích bývá silně inspirováno metodami příznačnými spíše pro sféru průmyslu než pro tradiční kulturní instituce.

- Rozhlas i televize začaly záhy naplňovat svou časovou vysílací kapacitu nejen přímými "přenosi" kulturních událostí či prezentací již zhotovených záznamů esteticko-uměleckých výkonů a děl, nýbrž rovněž svou vlastní produkcí (ostatně i pouhý "přenos" koncertu, divadelního představení atp. je dnes chápán jako produkt příslušného rozhlasového či televizního studia): staly se tedy do značné míry institucemi výrobní povahy a ve svém rámci nebo kolem sebe podněcovaly vznik příslušných produkčních formací, přičemž tato produkce připomíná svou kvantitou a povahou průmyslovou produkci.

- Obě média se zapojují do komplexu tzv. kulturního průmyslu jako instituce zajišťující masovou a vskutku velkokapacitní distribuci esteticko-umělecké produkce; pokud prezentují svou vlastní produkci, chovají se jako průmyslový podnik pečující též o distribuci svých výrobků.

Co se týče prezentace hudby v rozhlase, pak je vcelku zjevné, že rozhlasové instituce výrazně podpořily sblížení hudební kultury se sférou průmyslového podnikání. Na rozhlasové půdě našla zaměstnání a zakotvení řada výkonných hudebních umělců i celých těles, jejichž úkolem bylo zajišťovat náplň hudebních pořadů a vytvářet početný fond rozhlasových nahrávek. Rozhlas se tak stal vlivným hudebním producentem (nejednou se zpětným vlivem na gramofonový průmysl). Při vysílání a nahrávání hudby se tu rychle rozvinuly nové formy týmové práce, jejichž charakter byl určován progresivními technologiemi. Výrazná participace hudby na vysílaných zábavných pořadech (respektive uplatnění samotné hudby v takové funkci) učinila z rozhlasu jednu z relevantních platforem tzv. zábavního průmyslu, ještě výrazněji se pak tento trend projevil v případě televize. Na postupné srůstání hudebních aktivit, činnosti masových elektronických médií, "skutečného" průmyslu a tržně odbytové sféry působila samozřejmě nejvýrazněji populární hudba jako většinový typ hudební produkce. V posledních letech se stalo velmi výnosnou činností zejména uplatňování hudby (především hudby populární) v rozhlasových a televizních reklamních pořadech: jejich tvorba představuje mocné, vskutku průmyslově organizo-

vané odvětví, které navíc přímo slouží potřebám jakékoliv průmyslové výroby i jejího masového odbytu.

Rozložení ekonomické výnosnosti jednotlivých uvažovaných odvětví "hudebního průmyslu" demonstrujeme na situaci roku 1986 v USA (viz Wicke 1993, s. 45-46). Výrobci zvukových nosičů (tj. gramofonových desek, CD a kazet) tu vykazali díky prodeji své produkce obrat 4,39 miliard dolarů. Fakticky s toutéž hudbou uplatněnou v propagačně reklamních pořadech dosáhly ovšem rozhlasové stanice (v počtu circa 9500) obratu 6,8 miliard dolarů, televizní stanice pak dokonce obratu 15,2 miliard dolarů. Elektronický průmysl docílil prodejem výrobků tak či onak souvisejících s hudbou ročního obratu ve výši 24 miliard dolarů. Zajímavé jsou i údaje o příjmech získaných ve Francii za použití chráněných hudebních děl v roce 1980 (viz Blaukopf 1989, s. 6-8); zatímco příjmy z živě prováděné hudby činily 68 milionů franků, pak technicky zprostředkovávaná hudba přinesla tyto příjmy (rovněž v milionech franků): nosiče (desky, kazety) 244, hudba v rozhlase a televizi 197, užití nahrávek na tanečních zábavách a diskotékách 195, použití jiné "funkcionální hudby" 119, hudba ve filmu 37, hudba na videokazetách 2.

Bez ohledu na to, jak toto postupné přibývání industriálních rysů v oblasti esteticko-umělecké kultury chápeme a nazýváme, lze mít za to, že i tady dochází k procesům, o nichž uvažoval již Walter Benjamin: ztrácí se (či mění se) "aura jedinečnosti" konečného výtvaru, producent kreativně těží "z odcizení sobě samému" a pod. Dodali bychom ovšem, že ztráta některých tradičních hodnotových aspektů může být nahrazována novými motivacemi a působnostmi. Nepochybně tu samotné nové průmyslově vyráběné a tvorbu umožňující technologie nabývají natolik silného magického kouzla, že mohou být v materiálu a významovosti příslušných esteticko-uměleckých výtvarů "heroizovány" či "démonizovány". Nápadné jsou takovéto prezentačně-reprezentační akty v soudobé masové kultuře třeba v souvislosti s populární a zvláště rockovou hudbou (srovnej Middleton 1990, s. 64-93), objevíme je však i hlouběji v minulosti: svou "technokraticko-civilizační auru" měly již mnohé projevy umělecké avantgardy v první polovině 20. století (experimenty futurismu, bruitismu jako "zvukové umění hluku, zvláště technického", projevy funkcionalismu a civilismu) a při nástupu elektroakustické hudby v 50. letech. Autoři, kteří se - namnoze v návaznosti na názory Adornovy a Benjaminovy - v posledních desetiletích zabývali souvztažnostmi tzv. kulturního průmyslu, populární esteticko-umělecké produkce a masových médií (Löwenthal 1971, Kausch 1988), upozornili ovšem ještě na další aspekty. Populární či "zábavné" kvality byly prý v esteticko-umělecké tvorbě vždy přítomné (dokonce i v tzv. vysokém umění) a o "zlidovění" umění šlo samozřejmě již osvicencům 18. století. Jakmile se však začalo formovat skutečné masové publikum, objevily se i protikladné tendence: "upřílišnělé" osvětě se čelilo jak cenzúrou, tak masovou produkcí zprůměrněných, a tudíž obecně přístupných (populárních) estetických projevů. V oblasti slovesného či dramatického umění tak prý došlo k úpadku narace, která dominovala jak v autentickém lidovém, tak i ve vysokém umění: v novější době k tomu přispěla zejména masová elektronická média (příkladem degradace tradiční narativnosti může být televizní seriál). Jinak řečeno: zdá se, že "velký příběh ztratil svoji věrohodnost"

(srovnej Lyotard 1993, s. 126-135, 143-147). Hudbě sice můžeme kvalitu narativnosti přiznat jen v omezené míře, lze však říci, že nabídka nadprodukce standardizované populární hudby v masových médiích přinejmenším oslabuje schopnost a vůli posluchačů hudební výtvoř sémanticky dešifrovat: z intencionálně vstřícného recipienta jednotlivých (byť i typizovaných) hudebních výtvořů se stává konzument akustických smyslových podnětů. Uplatnění hudby v reklamních pořadech, jejichž nejvlastnější doménou se staly rozhlas a televize, pak uvádí tuto hudebně konzumentskou orientaci na společného jmenovatele s masovou konzumpcí všeho, co je libovolně odvětví průmyslu s to vyrobit, tedy s konzumním přístupem ke světu vůbec.

Problémy, které jsme tu exponovali, mají nepochybně společného jmenovatele ve fenoménu a pojmu "médiá". Hovořili jsme přece o tom, že určité technologie slouží hudbě (vlastně ji specificky zprostředkovávají), a rovněž tak jsme poukázali na skutečnost, že hudba výrazně vstoupila do světa masových komunikačních (navíc tzv. elektronických) médií, tj. rozhlasu a televize. Pokusme se tedy podívat se na sledovanou problematiku i ze současného hlediska obecně mediologického.

Víme, že slovo "médiu" má původ v latinském adjektivu "medius" (= prostřední), z něž vzniklo i sloveso "mediare" (= zprostředkovat). Za médiu tedy v souhlasu s etymologií pokládáme něco, co se nalézá "uprostřed" jako "zprostředkovatel". Vědecký zájem o médiá byl vyvolán prakticky až nástupem masových komunikačních (hromadných sdělovacích) prostředků 20. století (již předtím nabylo ovšem povahy takového prostředku novinový tisk, respektive knihtisk vůbec). Zobecněně pojal tuto problematiku až kanadský literární vědec a posléze teoretik médií Marshall McLuhan v proslulém spise "Understanding Media: The Extensions of Man" (1965; český překlad díla vyšel s obrovským zpožděním; viz McLuhan 1991). Podle McLuhana je médiem vlastně vše, co spojuje člověka (ducha i tělo) s okolím a co tedy představuje extenzi naší přírodní omezené existence: takovými extenzemi-spojnicemi se stávají hmotné nástroje i dopravní stroje, dále sdělovací (zvláště znakové) systémy či akty (například jazyk jako systém i konkrétní promluva; analogicky by se dalo uvažovat o non-jazykových systémech, na nichž spočívají mnohé druhy umění) a konečně prostředky, jimiž se předávají zprávy v oněch systémech kódované (z hlediska teorie komunikace vlastně vše, čím je konstituován příslušný komunikační kanál). Autor rovněž zdůraznil fakt, že médiá jako spojnice člověka s prostředím zpětně působí na lidské myšlení a jednání.

Za médiu smíme konec konců pokládat i samu hudbu, pokud přihlédneme k jejím četným realizovanými potenciálním funkcím (Fukač 1991, s. 46-49) a budeme ji pak vykládat jako prostředek k jejich naplnění. Hudba je tedy například právě tak médiem lidského zvukového vyjadřování (Wicke 1993, s. 66-68; Shepherd - Wicke 1997, s. 95) jako obecnějším (nikoliv pouze komunikačně fungujícím) nástrojem lidského osvojování a sdílení reality, dále může být chápána jako umělé prostředí, které člověk klade mezi sebe a své zvukové osvětí za účelem jeho optimalizace, atd. atd. Pokud bychom chtěli v hudbě

spatřovat komunikační médiu, pak by se při veškeré své odlišnosti od zvukové řeči přece jen mohla jevit jako onen mediální typ, jehož nejvyhraněnějším reprezentantem je přirozený jazyk (Casimir 1991, s. 92). Tak například se soudí o rockové hudbě, že byla využita jako účinné médiu jinak těžko realizovatelného politického diskursu v někdejších komunistických totalitních státech, zejména v bývalé Německé demokratické republice (viz Frevel 1997, s. 33-43). V konkrétním styku s hudebními výtvoři se lze nicméně od mediálního vidění hudby oprostit, například a zejména v případech, kdy hudba lidskému subjektu představuje osvojovaný estetický objekt a nikoliv nástroj k dosažení čehokoliv jiného. Vůči hudbě, ať jakkoliv fungující (tedy takto "objektově", ale samozřejmě i "mediálně"), zaujímají ovšem pozici médiá všechny jevy, které si uvědomujeme jako prostředky hudební tvorby, interpretace, distribuce a recepce, což platí i o novodobých masových komunikačních médiích.

Médiá (v širokém McLuhanově pojetí) představují soubor značně rozmanitých jevů, jež lze třídit různými způsoby. Můžeme tu zajisté rozlišit médiá, jimiž se nekomunikuje, a médiá komunikační, účelné by rovněž bylo odlišit médiá, která bezprostředně spojují člověka s okolím, od takových, která se vytvářejí na složitěji konstituovaných spojnicích a vystupují tam fakticky jako "médiá médií" (je-li například zvuková řeč médiem umožňujícím komunikaci, pak rozhlas jako prostředek dálkového šíření řečových projevů tu vystupuje jako "metamediální činitel"). Zmíňme též McLuhanovo rozlišení horkých a chladných médií (McLuhan 1991, s. 33-42). K horkým médiím, která vyžadují menší participaci subjektu, lze prý počítat fonetickou abecedu, rozhlas a film, k chladným (kde je tomu s participací subjektu opačně) hieroglyfy, telefon a televizi. Horké či chladné fungování médiá údajně závisí i na tom, zda probíhá v "horké" či "chladné" kultuře, a jistě bychom si též dovedli představit, že - pokud jde o masová komunikační médiá - každý z obou mediálních typů může lépe vyhovovat různým lidským temperamentům (všimněme si, jak určitého hovořícího politika lépe "pojmá" televize než rozhlas nebo naopak). Přes McLuhanovy pokusy o důkladné zdůvodnění této polaritě můžeme ovšem označení obou typů pokládat za příliš metaforická.

Médiá umožňující mezilidskou komunikaci (jakož i médiá těchto médií) slouží přirozeně interpersonálnímu styku a v průběhu dějin se stále silněji socializují. A čím složitější je struktura společnosti, tím více se rozšiřuje dopad působení těchto médií, která pak mají tendenci se zmnožovat, všemožně typizovat a technicky zdokonalovat tak, aby se jejich účinky staly vsutku obecnými, ba masovými. To je jistě případ rozhlasu, televize a masově (re)produkovaných i distribuovaných nosičů zvukového, vizuálního a audiovizuálního záznamu (film, gramofonová deska, kazeta atd.), nejnověji pak případ faxu, komunikaci sloužících computerových sítí apod. Těmito médií umožněná masová komunikace se posléze stává jevem vpravdě globálním (Maletzke 1963; Vymazal 1989; Brzezinski 1993, s. 57; Defleur - Ballová-Rokeachová 1996), přičemž sama masová médiá ovlivňují své uživatele: bez ohledu na to, co a jak se takto komunikuje, nabývá populace stále proorganizovanějšího charakteru. Vystává tu ovšem problém náhražkovitosti: vysílač (autor, původce) zprávy není v přímém styku s masou příjemců. Nejde tedy

o skutečný dialog a nedochází ani k dostatečně silnému zpětnovazebnému efektu, který je pro plnohodnotnou komunikaci nezbytný. Mezi oběma komunikačními póly se kupí čím dál tím víc prostředkujících faktorů. Informační tok směřující od vysílajícího se sice ustavičně rozšiřuje, vzorce komunikačního chování příjemce se však relativně zužují, simplifikují a standardně typizují, stávají se odosobněně zploštělými a povrchními, což ovlivňuje vysílajícího přinejmenším v tom směru, že právě s takovýmto působením začne počítat (vzniká tak i možnost masu příjemců záměrně manipulovat). Působení masových médií tedy členy společnosti sice socializuje a aktivizuje (přivádí k určitému jednání), zároveň je však činí pasivními vůči nabídce informací (Fukač 1996).

Působením masových komunikačních médií vzniká i jev masové kultury (Kłoskowska 1967; Habermas 1988; Gurevitch 1990), jemuž lze přiznat jak pozitivní, tak negativní stránky (srovnej Eco 1995, s. 37-74). Mediálně zajišťovaná masová komunikace nepochybně rozšiřuje obecný přístup ke všem informacím či hodnotám a zmnožuje jejich nabídku (prakticky vše je nakonec kdekoli a kdykoli dostupné každému); navíc může být intencionálně využita jako významný vzdělávací faktor (Vymětal - Nussberger 1981). A jelikož v strukturně složitějších a komunikačně otevřených společenstvích, pro něž je příznačná ona masovost, je všem jedincům dopřáno nejvíce volného času (srovnej Veblen 1962; Dumazedier 1962; Grazia 1964; Toti 1966; Selucký 1966; Hall 1970), otevírá se tu dosud nevidaný prostor pro sebevzdělávání i pro individuálně motivovanou recepci široké palety esteticko-uměleckých produktů. Leč současně s tím probíhají i jiné procesy. Díky masovým médiím výběrově přijímáme (zvláště v individuálně tráveném volném čase) něco z toho, co je nabízeno, jenže již tato základní situace může být značně manipulována. V totalitní společnosti (svým způsobem rovněž masové a rozhodně využívající masových médií pro formování zvláštního typu mocensky reglementované masové kultury) se tak děje hrubě, například určitým omezením nabídky (viz blokáda dopadu cizích médií zákazy či technickým rušením) a tendenční ideologizací jejího obsahu, avšak i v otevřené společnosti lze rafinovaně manipulovat příjemce třeba právě bezbřehostí stereotypní nabídky, takže svoboda výběru se stává iluzí "tolerantní hojnosti" (Brzezinski 1993, s. 75). Této vědomé manipulaci, hrubé i rafinované, lze konec konců privátně a ve svobodných politických podmínkách dokonce veřejně čelit. Nelze však zabránit tomu, co je dáno manipulativní povahou samotné masové mediální komunikace, tj. důsledkům toho, že komunikace, média a kultura vůči sobě částečně dysfungují. Vybíráme si sice z toho, co je nám nabízeno, avšak naše šance přímo působit na formování nabídky je malá; výběr z nabízených alternativ i samo zacházení s technickými médii nás aktivizují, náš podíl na masové komunikaci je však jen receptivní; a je-li sebepestřejší nabídka stereotypní, jde tu o pasivní konzumpci. Recipujeme (posloucháme, pozorujeme, čteme) sice individuálně, avšak povaha nabídky nás nutí prožívat i tyto intimní chvíle "masově", tj. právě tak, jak je prožívají masy posluchačů rozhlasu a diváků televize (v tomto případě tak všichni činíme synchronizovaně!), respektive čtenáři "masové literatury". Nabídka elektronických masových médií vyplňuje velkou část našeho volného času (až čtvrtinu onoho neprospaného), tím silněji však blokuje naši

šanci věnovat se aktivně čemukoli jinému. Televize předvádí různé hry (sport, kvízy a pod.) a formy zábavy, takže si nemusíme hrát sami, bavit se s někým atd. Každý zná tyto úkazy z vlastní empirie, příslušníci starších generací si pak jistě pamatují na to, jaké narušení či přerušování kontinuity v předávání tradic a hodnot zažili v 50. a 60. letech, kdy jim masový nástup televize do domácností nabídl novou formu zábavy (Brzezinski 1993, s. 113).

Lze konstatovat i další paradoxy. Masová média šíří vzdělanost a zároveň právě v nejvyspělejších zemích způsobují růst tzv. kulturního analfabetismu. Prožívání volného času jako stále významnější komponenty života je působením médií obohacováno i zplošťováno. Od 19. století probíhající růst gramotnosti, k němuž přispěla média jako tisk, rozhlas a film, vyvolal politizaci mas (Brzezinski 1993, s. 57), ta však vedla jak k posílení demokracie, tak k nástupu totalitních a fundamentalistických hnutí. A v éře radiofonie a poté v epoše dominující televize vzniká i zvláštní substituce reálné účasti na politice: kolem roku 1950 objevili pracovníci Office of Radio Research z Kolumbijské univerzity narkotizující (dys)funkci masových médií, která způsobuje, že konzumenti chápou sledování programu médií jako účast na veřejném dění (pocit, že jsou svědky tohoto dění ve svém volném čase, tj. zábavná saturace potřeby "být při tom", fakticky oslabuje jejich vůli veřejně jednat; srovnej Bek 1993, s. 79). A poněvadž se v programu médií prezentace politiky mísí s prezentací hry, zábavy a umění, přičemž sama tato prezentace každou informaci estetizuje, jeví se i vážné politické dění jako hra, zábava či artefakt (viz televizní přenosy z války v Perském zálivu; srovnej Schwarze 1994 a Virilio 1997).

Ambivaletně se ovšem masová média chovají i k samotné hře, k zábavě a k jádru estetické kultury, tj. k umění. Každé nové médium (například film, technický záznam zvuku, rozhlas a televize) bylo sice záhy po svém zrodu využito k prezentaci umění (případně umožnilo vznik nových specifických typů umělecké tvorby), většinou (snad v jakémsi konstatním poměru 9:1, který vystihuje právě tak vztah produkce a konzumpce populární a vážné hudby jako proporci, v níž se produkuje a šíří třeba videoklip a videoart) se však dalo do služeb masové zábavy, tedy tzv. zábavního průmyslu (Hall 1970). A nejen to: podobně jako v případě politiky se začínáme dívat i na umělecké hodnoty (primárně existující mimo média, leč médii prezentované) převážně nebo výhradně mediální optikou. Ostře kritizovali tuto tendenci filozofové z tzv. frankfurtské sociálněvědné školy. V masové kultuře viděli kulturní průmysl, jehož funkcí je podvodná mocenská manipulace a integrace konzumentů (samozřejmě prováděná "shora"). Kulturnímu konzumu přisuzovali fetišový charakter a soudili, že vliv médií způsobuje regresi smyslů (samozřejmě i vnitřního smyslu pro vyšší hodnoty; k tzv. regresi hudebního sluchu či slyšení srovnej Adorno 1938), jakož i redukci signifikace na signál. Tvrdili, že umění a zábava se sice nevyklučují, avšak dospěli k závěru, že v masové kultuře nastává jejich perverzní fúze (Horkheimer - Adorno 1988, s. 128-176; viz též Bek 1993, s. 76-81). Jiné školy zase soudí, že prezentace kultury v médiích přináší - de facto kvůli zvětšení masové účinnosti jejich dopadu - selekci kulturních výtvorů: jde o tzv. efekt (hodnotově) nejnižšího společného jmenovatele. Vývoj prezentace hudby v masových médiích, ale konec konců

i v koncertním a operním dění, je zejména v postkomunistických zemích nesen právě tímto trendem. Přijatelná hudba umělého typu se zužuje na obehnaný repertoár "toho nejlepšího z klasiky", nonartifciální hudba je šířena ve zformátované podobě s inovacemi tržně motivovaných hitparád. Nejnovější bádání nicméně konstatuje, že díky pluralitně diferencované kulturní nabídce se na bázi masové kultury formují alternativní (i pro prezentaci "vyšších" hodnot nikoliv zcela nepříznivé) trhy: recepce se tedy nevyvíjí pouze pod vlivem unifikující komercializace, nýbrž i pod tlakem diferenciací lidí podle jejich vlastních estetických orientací a zájmů. Mluví se o takzvaných vkusových kulturách (taste cultures) a kulturních třídách (culture classes), které jsou pro přirozenou diferenciaci a sociální stratifikaci industriální a zejména postindustriální společnosti leckdy významnější než mnohé tradiční sociální distinkce a polarity (Lewis 1977; Bek 1993, s. 79-81). Velmi dynamicky se přitom mění modalita kulturního (především hudebního) chování mládeže (Bontinck 1974). V poslední době slouží intenzivnímu "zesílení" zájemců o určitý soubor kulturních (třeba i hudebních) hodnot Internet, který se stává silným konkurentem tradičního kulturního trhu.

Přestovšechno se právě v podmínkách masové postindustriální a "postmoderní" pluralitní kultury vynořuje kardinální problém takzvaného anestetika (Welsch 1990). Lze-li esteticko nejobecněji vyloučit jako vztah daný tím, že smyslová a celá psychická výbava člověka specifickým způsobem (ustavičným vyhodnocováním libosti a nelibosti) reaguje na podněty, jež subjektu nabízí veškerá realita, pak anesteticko je stav takového nereagování. Tento stav vzniká, je-li organismus vyčerpán, psychika utlumena, vztah subjektu ke světu blokován apod. V podmínkách masové kultury je nám ovšem nabízeno přespříliš estetických podnětů, přičemž masová média jakoukoliv přenášenou zprávu a informaci dále estetizují. Dochází tak k našemu utlumení nadbytkem podnětů všemožně reprodukcujících, zesilujících a leckdy i přibarvujících "krásy světa". Může se pak stát, že turista, který vše mnohokrát viděl v televizi, je skutečným zveřvením "v reálu spatřeného" kulturního výtvaru zklamán. Totéž může nastat, je-li posluchač navykly perfektním nahrávkám či mediálním přenosům konfrontován s živým zvukem určitého hudebnického výkonu. Obraz světa podávaný médii je zkrátka "estetičtější" než svět sám. Výsledkem této konfrontace s realitou a s jejím mediálním zrcadlením je anesteticko postihující jedince i celé společenské skupiny. Obnovit estetický vztah ke světu je pak už možné jen tak, že se vyburcuje otupená senzualita. Média tudíž nabízejí ve stále agresivnějším podání nově a silnější zážitky, čímž produkují tzv. "hyperesteticko" (viz rostoucí hlasitost rockové hudby, vizuální agresivitu videoklipu, dějovou tematizaci násilí v "actions" atd.). A pokud na tento terorizující nápor hyperestetika vstřícně reagujeme, dostáváme se vůči němu do stavu nikoliv nepodobného drogové závislosti (Haselauer 1986; Rösing 1991). Vlivem média tak může dojít i k vystupňování agresivity (Milavsky 1982). Zvnějšnění estetické kultury ve světě medií má tedy ještě nebezpečnější protějšek v lidské psychice: to jediné, co nás může ze stavu anestetické lhostejnosti či vyprahlosti (ze situace navozené zejména působením medií) vytrhnout, je stále větší dávkování smyslových senzací, jejichž vsudypřítomným dodavatelem jsou opět média. Zejména současné komerční rozhlasové

vysílání již dokázalo vytvořit modely plného vtažení posluchačů do tohoto začarovaného kruhu: při primární orientaci na reklamu těch či oněch komodit je pro přesně odhadnutelné cílové skupiny dávkována "zformátovaná" hudba, jež je médiím dodávána rovněž jako komodita. Obranou před těmito stavy by bylo jen individuální vymanění se z takto vytvořených kadlubů. Najde recipient a konec konců i producent či mediální distributor hudby dosti síly k takovému činu? Nežůstane toto osvobození ještě nadlouho pouhou utopií?

## Literatúra :

- Adorno, Theodor W. (1938). Über den Fetischcharakter in der Musik und die Regression des Hörens. In: Zeitschrift für Sozialforschung 7, č. 3, s. 321-356.
- Bek, Mikuláš (1993). Vybrané problémy hudební sociologie. Olomouc: Vydavatelství Univerzity Palackého.
- Benjamin, Walter (1979). Dilo a jeho zdroj. Praha: Odeon.
- Blaukopf, Kurt (1989). Beethovens Erben in der Mediamorphose. Kultur- und Medienpolitik für die elektronische Ära. Heiden: Verlag Arthur Niggli AG.
- Bontinck, Irmgard ed. (1974). New Patterns of Musical Behaviour of the Young Generation in Industrial Societies. Wien: Universal Edition.
- Brzezinski, Zbigniew (1993). Bez kontroly. Chaos v předvečer 21. století. Praha: Victoria Publishing.
- Casimir, Torsten (1991). Musikommunikation und ihre Wirkungen. Eine systemtheoretische Kritik. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- Defleur, Melvin L. - Ballová-Rokeachová, Sandra J. 1996. Teorie masové komunikace. Praha: Karolinum.
- Dorůžka, Lubomír (1978). Populární hudba - priemysel, obchod, umenie. Bratislava: Opus.
- Dumazedier, Joffre (1962). Vers une civilisation du loisir. Paris: Seuil.
- Eco, Umberto (1995). Skeptické a těšitelé. Praha: Nakladatelství Svoboda.
- Forró, Daniel (1993). Midi. Komunikace v hudbě. Praha: Grada a. s.
- Frevel, Bernhard ed. (1997). Musik und Politik. Dimensionen einer undefinierten Beziehung. Regensburg: ConBrio Verlagsgesellschaft.
- Fukač, Jiří (1991). Pojmoslovi hudební komunikace. Brno: Masarykova univerzita.
- Fukač, Jiří (1996). Freizeit, Massenmedien und ästhetische Kultur als Aspekte der heutigen Musikerziehung. In: Sborník prací filozofické fakulty brněnské univerzity 45, řada H 31, s. 101-115.
- Grazia, Sebastian de (1964). Of Time, Work and Leisure. New York: Doubleday Comp.
- Gurevitch, Michael ed. (1990). Culture, Society and Media. London - New York: Routledge.
- Habermas, Jürgen (1998). Theorie des kommunikativen Handelns. 2 svazky. Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag.
- Hall, Stuart (1970). Leisure, Entertainment and Mass Communication. In: Society and Leisure 1970, č. 2, s. 28-47.
- Haselauer, Elisabeth (1986). Berieselungsmusik. Droge und Terror. Wien - Köln - Graz: Hermann Böhlau Nachf.
- Horkheimer, Max - Adorno, Theodor W. (1988). Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Hostinský, Otakar (1956). O umění. Praha: Československý spisovatel.
- Kausch, Michael (1988). Kulturindustrie und Populärkultur. Kritische Theorien der Massenmedien. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Lewis, George H. (1977). Taste Cultures and Culture Classes in Mass Society. Stifting Patterns in American Popular Music. In: International Review of the Aesthetics and Sociology of Music 8, č. 1, s. 39-48.
- Löwenthal, Leo (1971). Erzählkunst und Gesellschaft. Berlin: Neuwied.
- Lyotard, Jean-François (1993). O postmodernismu. Praha: Filosofický ústav AV ČR.
- Maletzke, Gerhard (1963). Psychologie der Massenkommunikation. Theorie und Systematik. Hamburg: Verlag Hans Bredow-Institut.
- McLuhan, Marshall (1991). Jak rozumět médiím. Extenze člověka. Praha: Odeon.
- Middleton, Richard (1990). Studying Popular Music. Buckingham - Bristol, PA: Open University Press.
- Milavsky, J. Ronald (1982). Television and Aggression. A Panel Study. New York: Academic Press.
- Noil, Justus (1994). Multimedia. Midi und Musik. Die Welt der digitalen Klänge. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Rösing, Helmut ed. (1991). Musik als Droge? Zu Theorie und Praxis bewußtseinsverändernder Wirkungen von Musik. Mainz: Villa Musica.
- Ruskin, John (1925). Národní hospodářství v umění. Praha: Družstevní práce.
- Selucky, Radoslav (1966). Člověk a jeho volný čas. Praha: Československý spisovatel.
- Shepherd, John - Wicke, Peter (1997). Music and Cultural Theory. Cambridge: Polity Press.
- Schwarze, Bernd (1994). Popmusik und Gnosis. Aus dem "Gesangbuch" einer wiederentdeckten Weltreligion. In: Acta Musicologica 66, č. 2, s. 113-121.
- Toti, Gianni (1966). Právo na lenost? (Strach ze svobody). Praha: Mladá fronta.
- Veblen, Thorstein (1962). The Theory of the Leisure Class. New York: The New American Library.
- Virtilo, Paul (1997). Krieg und Fernsehen. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Vymazal, Jiří (1989). Koncepcie masové komunikace v sociologii. Praha: Univerzita Karlova.
- Vymětal, Jiří - Nussberger, Jaroslav (1981). Prostředky masového vzdělání a kultura. Praha: Novinář.
- Welsch, Wolfgang (1990). Ästhetisches Denken. Stuttgart: Philipp Reclam jun.