UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ
Katedra Elektronické kultury a sémiotiky

BcA. Michaela Poštulková, DiS.

Hudební recenze jako součást masové kultury

Diplomová práce

Vedoucí práce: doc. PhDr. Jiří Bystřický, Csc.

Praha 2010

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval/a samostatně a použil/a jen uvedené prameny a literaturu. Současně dávám svolení k tomu, aby tato práce byla zpřístupněna v příslušné knihovně UK a prostřednictvím elektronické databáze vysokoškolských kvalifikačních prací v repozitáři Univerzity Karlovy a používána ke studijním účelům v souladu s autorským právem.

V Praze dne 10. září 2010 Michaela Poštulková

OBSAH PRÁCE

ABSTRAKT

ÚVOD

Kdo je recenzent a proč o něm mluvit? 1-3

Pár slov k terminologii práce 3-4

TEORETICKÁ ČÁST - VLASTNÍ PRÁCE

Subjektivní žánry v době postmoderny

Protikladné se stává přijatelným... 5-8

Postmoderní čtenář u Barthese 9-14

Recenze jako slast 14-16

Metareferování pozbývá odpovědnosti 16-18

Obsahová stálost během obměn povrchových forem

Kulturní kritika mezi variací a schématismem 18-19

Uplatnění reklamních postupů při vzniku kritiky 19-21

Šablonovitost u Adorna i Foucaulta 21-23

Recenze jako móda

Módní recenze a recenze jako móda 23-24

Jak vypadají dnešní recenze? 24-25

Grafická a formální podoba recenzí 25-28

Historický exkurs 29-31

Zpět k médiím v době postmoderny 31-32

Elektronická versus (a plus) tištěná 32-33

Vábení povrchovými formami 33-35

Aplikace šablonovitosti subjektivních žánrů na Lewisovu definici konvence 35-36

Publicistika v područí literatury 36-37

Subjektivní žánry a moc

Moc prostředku 38-40

Moc média 41-43

Moc autora 44-46

Autor jako diskurz (ve své komplexitě)

Úvodem k prvotnímu autorovi – umělci 46-50

Provázanost diskurzů neumožňuje jejich pohyb po síti 50-51

K Foucaultově pojetí role autora v diskurzu 51-56

Diskurz je podmíněn svou charakteristikou i postavením vzhledem k ostatní 56-58

Možnosti textu v masové kultuře

Masová kultura si mezí interpretace textu nevšímá 58-60

Jak slábnou mocenské vlivy u internetu? 60-62

Obsahy nebulvárních tištěných médií zasahují „lidi z branže“ 62-63

Mají odborné recenze psát odborníci? 63-65

ZÁVĚR

Cíle recenzenta 65-66

Podvod postmoderny nebo nevyhnutelný důsledek masové kultury? 66-67

Reagovat na hudbu jen hudbou či nemluvit vůbec? 67-68

Shrnutí 68-72

Zdroje práce

Příloha – sémiologický rozbor recenzí (obsahová analýza publicistického textu)

ABSTRAKT

Postavení současné české hudební recenze (potažmo české kulturní kritiky) zapadá do schématu masové kultury a podporuje trendy postmoderního myšlení. Subjektivní novinářské žánry typu recenze a kritiky vytvářejí dojem relevantní výpovědi o daném uměleckém počinu, jejich skutečným cílem je ale ekonomická rentabilita a upevňování postavení ve svém diskursivním poli.
Masová kultura nedokáže nabídnout alternativu sama k sobě, proto se její ústřední dichotomie variace-schéma vztahuje nejen na její produkty (ve světě umění na hudební CD, divadelní představení, nové knihy), ale i na způsob, o němž se o těchto produktech dále mluví. Metareferování v rámci masmédií zaujímá specifické postavení.

ABSTRACT

The status of contemporary Czech music reviews (also the Czech cultural criticism) ties in with mass culture and trends of postmodern thinking supports. Subjective journalist genres type reviews and critics look like the relevant expert testing about artistic performance, their real aim is economic profitability and fixing a position in their discourse domain. Mass culture can not offer an alternative to itselfa nd that´s the reason, why central dichotomy variation - scheme is applicable not only to its products (music CDs, theatrical performances, a new book at he art), but also on the way, which is about these products further talks . Subjective meta - review has a the specific positron in the mass media.

KLÍČOVÁ SLOVA
masová kultura, publicistika, recenze, metareferování, kritika, postmoderna

KEY WORDS
mass culture, journalism, reviews, meta-review, criticism, postmodernism

ÚVOD

Kdo je recenzent a proč o něm mluvit?

Problematika současného stavu čistě subjektivních novinářských žánrů se s příchodem postmoderní koncepce myšlení stala výjimečně aktuální, a ve svém důsledku vzbudila mnohem širší okruh současných otázek, než jsou jenom ty, pátrající po stavu české i světové publicistiky posledních let. Rozmach masmédií s sebou ruku v ruce přinesl zakódovaný jistý předpoklad „nevyložit se“ (ve smyslu nestát se jasně popsatelným) svým cílovým konzumentům. Nejde přitom jenom o cílovou skupinu médií nových - elektronických – neboť ta začala zpětnou vazbou tlačit na obsah a formu médií před-internetové doby, což způsobilo proměnu role publicisty samotného. Masová kultura učinila z „nezávislého“ umění jen prodejný kulturní statek, zároveň ale dolehla i na další řád – rozpravy o umění. Metareferování se stalo specifickou službou masové kultury, se kterou lze obchodovat stejně snadno jako s jinými kulturními výdobytky masové kultury.

Cílem práce je pomocí explanačního výzkumu a analýzy dokumentů nastínit, kterak zábavní průmysl a postmoderní koncepce myšlení zbavily subjektivní novinářské žánry typu recenze a kritiky odpovědnosti za vlastní počínání, a učinily z nich módní výstřelky vhodné ke každodennímu pobavení. „Nezávislý“ publicista se stal zbožím, jehož závislosti na vnějších tlacích jsou již tak silné, že ve svém důsledku způsobují pouze skrytou boj o moc, jejímž jediným cílem je udržení pozornosti cílové skupiny a zvýšení ekonomické rentability za pomocí aplikace schémat variování, která vyprodukovala právě masová kultura. Záměr i cíl českých hudebních recenzí podléhá schématu masové kultury, obdobně se chovají i ostatní kulturní kritiky (kritika divadelní, filmová či literární). Schematičnost v metareferování vytváří typy textů, které odkazují samy na sebe a jejich cílem není relevantní výpověď o daném uměleckém počinu.

Role autora je první i poslední instancí samotného „tvůrčího psaní“, k němuž subjektivní publicistické žánry začaly inklinovat, sám autor ale neexistuje. Jako výsledný tvar směsice všech vlivů mnohdy vytváří díla protichůdná jeho vlastnímu přesvědčení. „Osobité vidění“ či „nezávislý názor“ se v mediální době stal jedním z nejpoptávanějších artiklů na straně příjemců sdělení, což z něj učinilo ekonomicky výhodný produkt směny, který je nálepkou

„bez vlivu“ ovšem pouze obalen, než že by její přítomnost měla přímý vliv na obsah či formu předávané informace. (Ostatně, otázkou zůstává, jaká instituce by takováto „zaručení se za nezávislost“ vydávala, kdo by ji sponzoroval a komu by byla odpovědná). Poptávka po nezávislém hodnocení, spojená se stoupající oblibou v akceleračních, jasných a stručných zprávách, vyprodukovala množství nadbytečných recenzentů (kulturních publicistů, kritiků), jejichž role se ale od původně poptávané služby liší.

Ve své práci o hudební recenzi coby součásti masové kultury budu vycházet nejen z teoretických poznatků a prací současných předních sémiologů, sociologů či mediálních odborníků, ale také se závěry své práce pokusím prakticky demonstrovat v obsahové analýze textu (vybrané hudební recenze), která je přílohou práce. Ve své práci se zaměřuji takřka výhradně na současné české hudební recenze mainstreamové hudby, závěry zkoumání se ale pokusím aplikovat i na jiné druhy kritiky umění a ve výsledku i na kritiku kultury jako celku.

Ať už se jedná o samotného „nezávislého“ umělce, o recenzenta umění, nebo o kritika těchto recenzí či o kritika celé masové kultury, je třeba vzít na vědomí zásadní hypotézu, která je součástí mé práce. I tito kritikové (např. hudební recenzenti) podléhají schématu masové kultury, o které se snaží něco vypovědět. Eco se např. domnívá, že „…je potvrzeno, že v novém lidském panoramatu vymezeném masovou kulturou, se dá provozovat konstruktivní kritika různých jevů a dají se zjišťovat jejich slabiny…“[1], přičemž tento úkol nejméně v knize Skeptikové a Těšitelé náleží právě kulturním kritikům. Pokusím se dokázat, že i metareferování podléhá mustru, a že jím není možné vypovědět cokoliv nezávislého na svém původci (masová kultura), a že vytvoření „technicko-teoretických rešerší typických stylů masových prostředků, kritických rešerší modalit a výsledků, esteticko- psychologicko-sociologických analýz či kriticko-sociologických analýz“ (čtyři Ecovy návrhy na způsoby promlouvání o masové kultuře) může fungovat jen coby prvotní impulz celého bádání. Produktivnější řešení by mělo představovat zavedení sémiotiky variování dle schémat masové kultury, což je prvek, který je společný všem současným projevům kultury.
Ecův „hlad po redundanci“ byl ještě vysvětlitelný v rámci touhy (ze strany konzumenta) dopracovat se k happy endu v romantické komedii či udržovat schematičnost napětí

[1] ECO, Umberto. *Skeptikové a těšitelé*. Praha: Svoboda, 1995.1.vyd., 417 s. ISBN 80-205-0472-9 s.68

v rámci detektivních příběhů (tak např. hlavní vyšetřovatel nesmí zkraje příběhu zemřít). Jaký má ale tato šablonovitost, opakování, a variabilnost smysl v rámci kritiky umění a těchto výdobytků masové kultury? Jaké je postavení hudební recenze v rámci masové kultury a jaké je postavení českého kulturního recenzenta? Kam směřuje kritika kultury a jak postmoderna formuje subjektivní novinářské žánry? I na to se pokouším ve své práci odpovědět.

Pár slov k terminologii práce

V mé práci o tom, kterak hudební recenze zapadají do masové kultury, pracuji především s několika pojmy, které zde považuji za nutné vysvětlit.

Na úvod je nutné zdůraznit, že subjektivní novinářské žánry, které nalézáme v kulturních rubrikách různých periodik – tedy recenzi a kritiku, které jsou předmětem mé práce, používám jako synonyma. Jsem si vědoma toho, že někteří mediální odborníci oba termíny odlišují, dodnes ale nebyla stanovena jasná hranice, při které končí recenze a začíná kritika. Někdy jsou oba publicistické žánry rozlišovány na základě délky (recenze je kratší, kritika delší), jindy vzhledem k tomu, zda problematiku představují pouze povrchově (recenze) nebo zda se uměleckým dílem zabývají více do hloubky (kritika)[2]. Slovo kritika pochází z řeckého „krinein, kritiké techné“ - umění rozlišovat a posuzovat, jehož cílem je zaujetí kritického postoje.[3] Recenze naopak pochází z latiny (re-censeó – posuzovat, hodnotit). V obou případech jde ale o publicistické žánry (nikoliv žurnalistické)[4] s cílem analyzovat, hodnotit[5] a následně publikovat, a jejich úloha i forma zvláště v případě kritiky umělecké splývají.

[2] Encyklopedický slovník např. zahrnuje recenzi jako jednu z forem kritiky, která má stejný účel i formu: „kritika – odborné posuzování, v širším smyslu oblast um.publicistiky (recenze, flosa, esej, odb.studie), vznikla v 18.století. Smyslem kritiky je tvůrčím způsobem interpretovat umělecké dílo, informovat o něm a vznést tzv. kritický soud. V užším slova smyslu – hodnocení konkrétního uměleckého díla“. BARTÁK, Jan a kol. *Encyklopedický slovník*. Odeon: Praha, 1993.1252 s. ISBN 80-207-0438-8 heslo „kritika“

[3] „Kritický postoj je úsilí o překonání přirozeného postoje, snaha o zaujetí postoje filosofického jako neustálého tázání a problematizování domnělých samozřejmostí (tak již u Sokrata).“ OLŠOVSKÝ, Jiří. *Slovník filosofických pojmů současnosti*. Erika: Praha, 1999. 188 stran, I.vydání ISBN 168-01-99 heslo kritický postoj

[4] „žurnalistika – specifická profesní činnost, která zahrnuje pravidelně a soustavně prováděný sběr, třídění, zpracování a distribuci aktuálních sdělení časové povahy“. Publicistika – zahrnuje významově širší pole činností než žurnalistika, včetně popularizační produkce, literatury faktu apod.“ cit. REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Portál: Praha, 2004. 328 s. ISBN 80-7178-926-7 hesla „žurnalistika“ a „publicistika“

[5] Hodnotit znamená přiřazovat hodnoty, které ale neexistují samy o sobě. Cit. „hodnota – je to, co světu, věcem , událostem a lidským jedincům dává smysl, má platnost pro člověka a poskytuje mu měřítko pro jeho

Média – jsou komunikační prostředky, i sociální instituce i technologie či materiální nosiče, na které je sdělení navázáno[6]- pokud není z kontextu jasné, ve kterém smyslu slova média užívám, je tak uvedeno v závorce. Zkrácený termín „média“ je zde užíván vždy pro masmédia. Masmédia jsou „ produkty kulturního průmyslu, podrobené zákonu nabídky a poptávky, sledují průměrný vkus publika a snaží se jej statisticky vymezit.“[7]

Masmédia (v mé práci zkráceně „média“)jsou prostředky masové komunikace, které v masové kultuře přenášejí informace v různých formách za různým účelem mediální komunikace. Masová kultura je „kultura produkovaná pro masové publikum. Je komercionalizovaná, homogenizovaná, není určena výlučné skupině obyvatel a není ani tradiční.“[8] „Masová kultura je antikultura. Jelikož vzniká v době, kdy účast mas na životě pospolitosti se stává stále zřetelnějším jevem historického kontextu, pak tento pojem neoznačuje jen přechodnou a omezenou úchylku, ale stává se dokladem neodčinitelného úpadku… nastává v historickém okamžiku, kdy masy v roli protagonisty vejdou do společenského života a stanou se spoluodpovědnými za stav veřejných věcí… v rámci této civilizace se všichni její členové v různé míře stávají konzumenty intenzivně průmyslově a sériově vyráběných a neustále nabízených poselství šířených komunikačními kanály a konzumovaných podle zákonu nabídky poptávky“.[9] Zákony nabídky a poptávky se ostatně uplatňují v rámci fungování celého kulturního průmyslu[10]. Na tyto fenomény se snaží reagovat a upozorňovat především kulturní kritika[11] (kritici kultury, kulturní kritikové), která jej často spojuje s fenomény myšlenkového směru konce 20.století postmodernou.[12]

---

konání. Hodnoty jsou kladeny z určité perspektivy, neexistují samy o sobě.“ OLŠOVSKÝ, Jiří. *Slovník filosofických pojmů současnosti*. Erika: Praha, 1999. 188 stran, I.vydání ISBN 168-01-99 heslo hodnota.

[6] REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Portál: Praha, 2004. 328 s. ISBN 80-7178-926-7 heslo „média“

[7] ECO, Umberto. *Skeptikové a těšitelé*. Praha: Svoboda, 1995.1.vyd., 417 s. ISBN 80-205-0472-9 s.365

[8] REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Portál: Praha, 2004. 328 s. ISBN 80-7178-926-7 heslo masová kultura

[9] , Umberto. *Skeptikové a těšitelé*. Praha: Svoboda, 1995.1.vyd., 417 s. ISBN 80-205-0472-9 s.8,25 a 29

[10] „Kulturní průmysl je spojen s prací kvazimarxistické frankfurtské školy a jejich verzí kritické teorie. Adorno a Horkheimer napsali slavný esej The Cultural Industry Englightenment as Mass Deception, jehož název shrnuje způsob uvažování o této tematice. Esej vydaný v roce 1946 zastává názor, že kultura je opanována komoditami z produkce kulturního průmyslu, který používá stejnou nálepků na všechno a zdánlivou diverzitu produkce vyrábí jen proto, aby „nikdo nemohl unikout“.“cit. BAKER, Chris. *Slovník kulturálních studií*. Praha: Portál, 2006. 208 s. ISBN 80 -7367-099-2 heslo kulturní průmysl

[11] „Kulturní kritik je ten, kdo se zabývá reflexí kultury a kulturálními studiemi. Jde o interdisciplirání pole zkoumání, které studuje tvorbu a vštěpování kultury nebo významových map. Jde o soubor myšlenek, obrazů a praktik, které umožňují hovořit o určitých tématech a sociálních aktivitách. Cit. BAKER, Chris. *Slovník kulturálních studií*. Praha: Portál, 2006. 208 s. ISBN 80 -7367-099-2 heslo kulturní kritika. Kulturním kritikem je do jisté míry i kritik různých projevů umění v kultuře, např. hudební recenzent. Není-li z kontextu zřejmé, zda jde o kritika uměleckého počinu, či o kulturního kritika, je tak uvedeno v závorce.

[12] „Postmoderna není projevem odporu proti moderně, ale spíše jejím určitým vyústěním v její radikální fázi. Postmoderna vyjadřuje složitost a pluralitu našeho žitého světa v jeho komunikačních, vědních, informačních a energetických souvislostech. Jejím základním prvkem je otevřená interakce dílčích částí bez

TEORETICKÁ ČÁST – VLASTNÍ PRÁCE

Subjektivní žánry v době postmoderny

Protikladné se stává přijatelným...

Přestože vágnost subjektivních, mediálně šířených sdělení byla cílem kritiky již v předchozích dekádách, nikdy nebyla nezávislost na jakékoliv zpětné vazbě jejím apriorním předpokladem. Někdy podléhala klasicistním normám, jindy se musela vklínit do předem stanovených mantinelů (např.Karel Havlíček Borovský ve stati Kapitola o kritice, nutnost výchovného aspektu kritiky u Josefa Dobrovského, silná individualita autora a dokonalá analýza u F.X. Šaldy i Karla Čapka, přítomnost konstruktivních rad pro herce v divadelní kritice Jindřicha Vodáka). „To, co až doposud vyplývalo z kázání či principů morální výchovy, závisí dnes na vzrušujících podnětech, které vnímáme prostřednictvím médií.“[13] Postmoderní multiplicitní myšlení umožnilo kritice, aby participovala sama na sobě a autocenzurou se potlačovala ve prospěch aktuálního trendu. Kritika abstrahuje z třetího řádu a neodpovídá se ani žánru původnímu (reálné) ani řádu druhému (tj. k posuzovanému uměleckému dílu), natož pak k řádu následujícímu (následná polemika o uveřejněných soudech). Stojí v nejlepší možné pozici – postmoderna vylučuje hledání pravdy v dialogu a dává průchod všem na úkor (a ve prospěch) všech. „Kde je zaručeno, že pravda je mé straně a ne na straně protivníka? Nikde. Říká se, že pravdivého náhledu na věci se nejlépe dobereme v dialogu.“[14] Ten však právě u postmoderní kritiky reálně neexistuje. Eco tuto nemožnost relevantního dialogu naznačuje ve Strategii touhy. Vznik reklamních technik zcela překročil předchozí historická období, a ačkoliv se zapovězení reakcí ze strany publika jeví jako fašistické, nejlépe vzkvétá právě v demokracii: „Ve starověku věděli, že kdo chce sdělit myšlenku, musí ji také umět správně prezentovat, přesvědčovací technika byla typická právě pro demokracii, jaká vládla

---

nároku na definitivní završení…začíná tam, kde končí snaha o dovršení celku“. Cit. BYSTŘICKÝ, Jiří a kol. *Média, komunikace a kultura*. Plzeň: Aleš Čeněk s.r.o., 2008. 94 s. ISBN 978-80-7380-117-5 s.9

[13] LIPOVETSKY, Gilles. *Soumrak povinnosti (Bezbolestná etika nových demokratických časů)*. 1. vyd. Praha: Prostor, 2002. 311 s. ISBN 80-7260-008-7 str. 155

[14] BLAŽÍČEK, Přemysl. *Kritika a interpretace*. 1. vyd. Praha: Triáda. 2002. 510s. ISBN 80-86138-46-1 str.315

v Athénách. Tyran nepotřebuje někoho přesvědčovat, od toho má karabáč, kde se však vláda neobejde bez svobodného konsensu těch, jimž vládne, tam přesvědčování je zcela normálním nástrojem. Jenže takovým nástrojem zůstane, jen pokud je použito v podmínkách naprosté rovnoprávnosti: já přesvědčuji tebe a ty přesvědčuješ mě.“[15] Masová kultura (či „kultura postmoderny“) ale těmto vztahům nedopřává. Vždy je to masmédium, které přesvědčuje mě a nikoliv naopak. A není už nežádoucí, ani nemyslitelné, aby mne jedním dechem přesvědčovala o nutnosti zdravého životního stylu v rámci pozvánky na zabijačkové pivní hody.
Postmoderní nedůvěra vůči obecným pravdám a teoriím dopřává pluralitě názorů. Ty se však už nepohybují na ose médium (zadavatel a šiřitel sdělení) – adresát (příjemce), ale fungují uvnitř média samotného, např. u hudebních recenzí.

Zjevná jednostrannost není žádoucí pro své ideologické zaměření, důkladně skrytá ovšem není na škodu těm, kteří stojí v pozici před adresátem sdělení (zadavatel – médium – novinář). Postmoderna libující si v mnohostrannosti možností nezabrání tomu, kdo má o dané problematice promlouvat, aby zaujal zároveň několik (byť protichůdných) stanovisek k téže situaci, a následně publikoval pouze jednu z nich – mnohdy náhodně vybranou. Přemysl Blažíček ve své práci o roli postmoderny pro kritika dodává: „Nejde přitom jenom o ujasněné vědomí, že jakékoliv učení, které vyznávám, metoda, kterou pracuji, každý můj jednotlivý názor se uplatňují v kontextu jiných. Rozhodující tu je, že se bohatství perspektiv navzájem nedoplňuje, tj. nevytváří dohromady více méně vyčerpávající harmonický obraz. Postmoderní důraz na nesjednotitelnost perspektiv však nechtěně a paradoxně podtrhuje vztahy disharmonického typu. Neboť různorodé perspektivy, které abstraktně vzato mohou poklidně tkvět vedle sebe a mimo sebe, se ve skutečnosti navzájem vylučují a jejich nejužší vztah v životě společnosti je boj: a to právě je žádoucí: nikoliv obecný konsensus, ale oživující napětí nevyhladitelných sporů.“[16] Nejen že je interpretace mnohdy složitě vykonstruovaných recenzí, jejichž cílem je vyslovit co nejméně jasných stanovisek za použití co nejvíce slov a vět, na straně čtenáře libovolná (neboť jednoznačnost jejího vyznění již není žádoucí – „smysl kritiky není v útočnosti, ale spíš v neustálém směřování k nediskriminující všeobsažnosti“[17]), ale sama recenze se stala libovolnou interpretací uměleckého počinu (který zároveň svéhlavě vysvětluje a tlumočí

[15] ECO, Umberto. *Skeptikové a těšitelé*. Praha: Svoboda, 1995.1.vyd., 417 s. ISBN 80-205-0472-9 s.408
[16] Tamtéž, str.321
[17] FRAE, Northrop. *Anatomie kritiky*. 1. vyd. Brno: Host, 2003. 440 s. ISBN 80-7294-078-3. str.43

svět). Kritika tedy abstrahuje z třetího řádu, přičemž už druhý řád je značně svévolný (což je mu ale základní definicí, neboť umění nemůže svět „otisknout“ ale musí ho „převyprávět“ – „A přece kritika uměním není. Především by těžce snášela vědomí, že je uměním, které se zachycuje a zažehuje na jiném umění, na cizí umělecké inspiraci. Není velkého umění bez přímého styku s životem“[18]). Postmoderna podala tuto „volnou ruku“ i kritikovi pracujícímu na třetí úrovni a znemožnila tak cílovému čtenáři, aby se dobral – když ne k původní pravdě – tak alespoň ke krizovému místu, které pravdu zastírá. Z poznávacího aparátu kritiky a recenze se stala zábavní atrakce plnící úlohu pobavení, která však stále vzbuzuje pocit relevantní administrativy pro hledání pravdy, ač jde stále pouze o subjektivní poznávací aparát. „Je to pouze náš vlastní poznávací aparát, jehož prostřednictvím právě teď necháváme zmizet stopy naší existence a ředíme důkazy našeho vnímatelného světa“.[19] To, v jakém smyslu se recenze stává libovolnou – kdo jí takovou činí – a za jakým účelem, vysvětluji především v kapitole Autor jako diskurz a v podkapitole věnované mocím, které se v subjektivních mediálních soudech typu recenze překrývají.

Mediálně prezentované soudy (tedy recenze, kritiky) jiných subjektivních soudů (uměleckých děl) jsou vždy povahy Lyotardova “différend”.[20] Kritika umění jako takové předpokládá, ale nevytváří, stejně jako věda slouží sama sobě předpokládajíc přírodu, ale sama ji nezpůsobuje. I proto kritik nemůže činit víc než sám umělec, a i ten k odpovědím pouze vybízí, než že by je reálně nabízel. „Odpovědnost umělce za svoje dílo vůči čtenáři je přesně formulovatelná: umělec ručí za pravdivost otázky a za opravdovost hledání odpovědi, hledá-li ji, nikoliv za správnost odpovědi samé. Neboť učí tázat se a hledat odpověď, nic víc.“[21]

Kritika v době postmoderny přeje multiplicitě názorů, ze své povahy (mediální, médii předávané) však dává vyniknout pouze těm privilegovaným – autorským (viz kapitola Autor jako diskurz). Jednotlivé, protichůdné, navzájem se vylučující soudy již nejsou

[18] ČERNÝ, Václav. *Co je kritika, co není a k čemu je na světě.* 1. vyd. Brno: Blok. 1968. 81s. ISBN 47-007-68 str.54

[19] BAUDRILLARD, Jean. *Dokonalý zločin.* Olomouc: Periplum, 2001. 180 str.,1.vyd. ISBN 80-902836-7-5 str.19

[20] „différend - jde o takový typ či druh konfliktu, který nemůže být spravedlivě rozhodnut, neboť nám dosud chybí pravidlo, které by umožňovalo rozhodnout mezi určitou argumentací opozitních stran konfliktu.“ cit. BYSTŘICKÝ, Jiří. *Postmoderní koncepce kultury a umění* [online]. Praha: únor 2000 [cit. 2009-10-21]. Vyd. Fakulta humanitních studií UK. Přístupno z <http://www.fhs.cuni.cz/media/publikace/texty/pkoncepce.htm>

[21] ČERNÝ, Václav. *Co je kritika, co není a k čemu je na světě.* 1. vyd. Brno: Blok. 1968. 81s. ISBN 47-007-68 str.36

podmíněny existencí více médií, ve kterých jsou prezentovány („politika média“ určuje podobu výsledného produktu), ale mají možnost existovat vedle sebe v jediném soudu (např. recenze v libovolném médiu, která haní zpěvákův nedostatečný hlasový rozsah ale zároveň ho chválí za výborný zpěv).

Právo na veřejnou polemiku má každý, možnost být vyslyšen takřka nikdo. Zpětný, reflexivní tok mediálního sdělení je subjektivním žánrům zapovězen (u žánrů objektivních je přeci jen částečně již jeho součástí), neboť je nežádoucí, ne-li přímo nelegitimní v rámci vnitřní politiky média. O reálné hodnotě zákonem ukotveného práva na odpověď či na dodatečné sdělení lze polemizovat, jisté je, že existuje. Právo otisknout komentáře k jiným komentářům (recenzím, polemikám) nikde ukotveno není. Snad proto dochází literární teoretik Northrop Fray k přesvědčení, že v době postmoderny: „Neexistuje způsob, jak kritikovi zabránit, aby se stal průkopníkem vzdělávání a tvůrcem kulturní tradice.“[22] Jinak řečeno, neexistuje neradikální demokratický postup, kterak subjektivním žánrům odebrat jejich značný podíl na moci.

Nedemokratické striktní postupy se po určité časové období ukázaly jako efektivní: „Tiskové oddělení komunistické strany vydávalo deníkům a časopisům přesné instrukce a denně kontrolovalo, zda jsou tyto instrukce dodržovány. Šéfredaktory všech sdělovacích prostředků byli členové KSČ. Bylo jejich osobním stranickým úkolem zajistit, aby byla přísně dodržována stranická linie. Od roku 1951 dostaly jednotlivé noviny a rozhlas cenzurní redaktory… Zveřejňování materiálů bez evidenčního čísla bylo trestným činem.“[23] Pokusy o novou centralizaci moci mediálních výstupů z rukou kapitalistického trhu zpět na politickou „půdu“ jsou ovšem patrné i dnes, a probíhají paradoxně silněji v „nezávislých“ médiích (internet). Historik a spisovatel James Bacque i americký filosof a profesor James Henry Fetzer opakovaně upozorňují na cenzurování „otevřené a objektivní“ internetové encyklopedie Wikipedie, jejíž doména je vlastněna americkou neziskovou organizací Wikimedia Foundation.

Postmoderní čtenář u Barthese

[22] FRAE, Northrop. *Anatomie kritiky*. 1. vyd. Brno: Host, 2003. 440 s. ISBN 80-7294-078-3 str.20
[23] ČULÍK, Jan. Historie cenzury v Čechách. *Britské listy* [online]. Archiv vydání 1996-2001. [cit. 28.7.2010]. Dostupné z <http: http://www.blisty.cz/files/isarc/9808/19980810d.html >. ISSN 1213-1792

Mezi zásadní rysy postmoderny tedy patří mimo jiné schopnost čelit tendencím, které se až dodnes jevily jako aporijní – tedy takovým, které stojí v protikladu k sobě samým. Funkci těchto protimluvů dle Barthese nenalézáme pouze v textech samotných, ale již přímo u čtenářů, kteří se s nimi sžívají. Právě čtenář, do jehož rukou vložil Barthes až megalomanskou moc, jež se nabídla jako automatická odezva po Smrti autora, je ten, kdo „sloučí všechny mluvy, všechny řeči, jakkoliv údajně neslučitelné, kdo přijme mlčky každé obvinění z nelogičnosti, ze zpronevěry, kdo bude bez hnutí brvy čelit sokratovské ironii i nátlaku legality. Takový člověk by byl mravním vyvrhelem společnosti: soud, škola, blázinec, pouhá konverzace by vyjevily jeho cizost: kdo může bez soudu žít v kontradikci? Nuže tento hrdina existuje: je to čtenář textu ve chvíli, kdy v něm nalézá rozkoš.“[24] Jaký druh protiřečení si zde má ale Barthes na mysli? Pasivní přijímání obsahových (pohádkové bylo – nebylo) nebo stylistických (květy zla) protimluvů, které jednoduše předkládá autor - individualita? To zřejmě ne, neboť za textem dle něj nestojí aktivní spisovatel a naproti němu není „někdo pasivní (čtenář), není tu subjekt ani objekt.“[25]

Obsahový protimluv za nímž stojí autor doslova „sešitý“ ze všech vnitřních i vnějších tlaků, představ a přesvědčení se přímo nabízí a je u (nejen hudebních) recenzí častým jevem („…Nejnovější album vznikalo ve Francii a New Yorku ve spolupráci s producentem Richem Costeym… Právě on nasměroval skupinu zcela mimo. Na albu je například mnohem více elektroniky než jsme byli u Muse doposud zvyklí. Ano, kluci se nebáli experimentovat. Black Holes & Revelations je celkově přístupnější široké veřejnosti a obsahuje skladby, které mají jistě vetší hitové ambice než kterékoliv jiné, dosud vydané. Už to nejsou ti staří Muse, i když ve skladbě Assasin je pořád trochu znít ten starý dobrý sound. Muse se posunuli někam úplně jinam, než jsme čekali a těžko říci jestli je to dobře nebo špatně. Pro skupinu jistě dobře, ale pro posluchače nikoliv. Každopádně ta různorodost a některé směry, kterými je tohle album inspirované, ve Vás na první poslech vyvolá šok.“[26]) Nové album je celkově přístupnější široké veřejnosti (čili je lépe poslouchatelné pro širší obecenstvo, je srozumitelnější pro větší počet posluchačů a obsahuje hitové skladby (resp. nejhitovější za dosavadní kariéru)…což ale pro posluchače není dobře. Dle autora mimo jiné proto, že toto hitové, přístupné a pochopitelné album vyvolává šok.

[24] BARTHES, Roland. *Rozkoš z textu*. 1. vyd. Praha: Triáda, 2008. 97 s. ISBN 978-80-86138-90-9 str.7
[25] Tamtéž, str.17
[26] DARKSHINE. *Muse – od alternativy až po komerční popík* [online] Praha: Rockmag.cz, 4.8.2006, [cit.28. 7. 2010]. Dostupný z WWW: <http://rockmag.cz/clanky/muse-od-alternativniho-rocku-po-komercni-popik >

Barthesovo pojetí slasti z textu u čtenáře tedy musí být založeno na vyšším stupni protimluvy, která je příznačná ne pro text, ale pro jeho adresáta. Ten, kdo dokáže „bez hnutí brvy“ čelit aporiím musí být sám jejich součástí – být a zároveň nebýt. Nepozastavit se např. nad rozporuplností alternativy text číst a zároveň nečíst, utvořit si na něj názor, a zároveň si o něm nemyslet nic. Mít a zároveň nemít z něj požitek. Takový je podle Barthese současný čtenář – ve své ryzí podstatě tedy pohlcený postmoderními vlivy.

Vlivem akcelerace módních trendů ve všech oblastech včetně oblasti vnímání a stoupajících požadavků na rychlost percepce informací všeho druhu, které ovšem zároveň musí plnit funkci relaxace a zábavy, neboť lidský organismus není schopen vydržet zátěž, jejíž míru diktují stroje („technologické zrychlování nejprve uskutečnilo převod psaného na mluvenou řeč – dopisu a knihy na telefon a rádio…dnes je to logicky mluvená řeč (tón), která hyne pod tíhnou okamžitosti obrazu v reálném čase“[27]), přijímá jen rychlé – srozumitelné a zároveň zábavné a žádoucí (šokující, z letargie způsobené přehlcením informacemi vybízející) informace, o kterých si dokáže vytvořit vlastní názor, ale zároveň jsou takové povahy, že se tento složitý proces po něm sami nevyžadují. Mají tedy vlastně povahu relaxační, informační složka je jen jednou z možností, jak s nimi dále nakládat. „Samy způsoby vytváření hvězd už není založen na talentu nebo kráse, nýbrž na nebezpečích, která před kamerou podstupuje celá řada kaskadérů vzešlých z jarmarku neb od cirkusu.“[28]. Může tedy vzniknout na první pohled nemyslitelná, Barthesem nastíněná situace, kdy si čtenář o daném přečteném textu (recenzi na novou desku) sám něco myslí, ale zároveň si nemyslí nic.

Hvězdami se pak musí stát sami recenzenti, kteří prodávají svou schopnost neočekávaně variovat způsob prezentace očekávaného obsahu recenze. Pro médium je kulturní publicista literární „hvězda“ (Eco mluví o „lidových kriticích lidové kultury“[29]), které se musí dostat stejné pozornosti jako samotnému umělci, o jehož díle něco vypovídá. Protože cílem recenze v masové kultuře není vytvořit image pro umělce, ale pro autora recenze (je to přeci jen on, kdo určuje další nákup/nenákup produktu), který se ale na rozdíl od umělce ze svého díla nezodpovídá (více v podkapitole Metareferování pozbývá zodpovědnosti):

[27] VIRILIO, Paul: Informatická bomba. 2. vyd. Červený Kostelec: Pavel Mervart, 2004. 167 s. ISBN 80 – 86818-04-4 str. 86
[28] Tamtéž str. 106
[29] ECO, Umberto. *Skeptikové a těšitelé*. Praha: Svoboda, 1995.1.vyd., 417 s. ISBN 80-205-0472-9 s.9

„Vedle skutečné moci elit náboženských, politických a hospodářských se ve společnosti industriálního typu vytvořil elita bez zodpovědnosti, složená z osob, jejichž institucionální moc je nulová. Tyto osoby se nemusejí ze svého chování zodpovídat před společenstvím a jejich činy jsou přitom témuž společenství předkládány jako model y ovlivňují chování jeho členů“.[30]

Jen text postmoderny posuzovaný čtenářem své doby může splnit požadavek, který na něj Barthes klade: „Text je fetiš a tento fetiš po mně touží“[31] . Jde bezesporu o významový oxymorón, neboť charakteristikou fetiše z jeho povahy je to, že vždy subjekt touží po něm, nikoliv naopak. Text sám, rodící se v momentě svého objevení čtenářem, nemůže vysílat signály o sobě samém a budit touhu, neboť ta je vždy součástí subjektu (čtenáře), nikoliv objektu (knihy). Postmoderní cítění v tomto smyslu otevírá „bránu“, v níž je možné, aby význam proudil i naopak. Tedy aby text (a subjektivní žánry jsou takřka vždy poplatné stylu, který má ve čtenáři vzbudit touhu ho přečíst) ovládal svého čtenáře. Postmoderna dala za vznik situaci, ve které *se* „protikladné se stává srozumitelným, tedy dopřává diskurzům (typům, textům), které se navzájem vylučují, nebo alespoň na nic necílí“[32], a jen v takové situaci může Barthes směle tvrdit: „Váš text mi musí přinést důkaz, že po mně touží.“[33] Tedy myšlenku, ve které sám čtenář určuje textu, čím je text k němu povinován, aniž by se zastavil nad problematikou, že „přinesení důkazu o touze textu ke čtenáři“ je z praktického hlediska nemožné, neboť v postmoderně už tato kontradikce nevyvolává rozumový rozpor.

Pokud v době vzniku Soumraku povinnosti byla na vrcholu sil „nová, dosud neznámá kultura, která se masově rozšířila a již lze nazývat postmoralistní v tom smyslu, že do popředí staví svědectví a službu faktům, nikoli ideálům“[34], dnes vládne kultura postmoderní, která si z té postmoralistické pouze přebírá přežitky vhodné k recyklaci (např. médií proklamovaný návrat morálky, který ve svém důsledku pouze „urychluje odchod moralistní epochy demokracií“[35] a způsobuje „nástup morálky bez závazku a

[30] Tamtéž s.378. Eco těmito subjekty zamýšlí „hvězdy“ showbusinessu, jeho citace je ale užita pro publicisty. Je tomu proto tak, aby byly naznačeny styčné společné charakteristiky, které toho, kdo mluví, a toho, o kom je mluveno, sbližují.
[31] BARTHES, Roland. *Rozkoš z textu*. 1. vyd. Praha: Triáda, 2008. 97 s. ISBN 978-80-86138-90-9 str.26
[32] BYSTŘICKÝ, Jiří. *Postmoderní koncepce kultury a umění* [online]. Praha: únor 2000 [cit. 2009-10-21]. Vyd. Fakulta humanitních studií UK. Přístupno http://www.fhs.cuni.cz/media/publikace/texty/pkoncepce.htm
[33] BARTHES, Roland. *Rozkoš z textu*. 1. vyd. Praha: Triáda, 2008. 97 s. ISBN 978-80-86138-90-9 str. 9
[34] LIPOVETSKY, Gilles. *Soumrak povinnosti (Bezbolestn etika nových demokratických časů)*. 1. vyd. Praha: Prostor, 2002. 311 s. ISBN 80-7260-008-7 str. 63
[35] Tamtéž str. 146

sankce“[13]. Povinnost je sice stále „nahrazena právem na lhostejnost vůči druhým“[36], kultura ovšem začala opět více sloužit ideálům na úkor faktů, jak tomu bylo dle autora před vzestupem kultury postmoralistní. Fakta již nemají vyšší (směnou) cenu než hodnoty (ideály), neboť fakta se takovými kolísavými a proměnnými ideály stala. „Tím, co pořádá náš společenský styk a čím se řídí naše jednání, jsou kolísavé, neustále aktualizované normy“[37], přičemž normy jsou vnímány jako fakta, která lze ovšem definovat obdobně jako matematické proměnné – tedy jako stavy věcí[38] a jako takové podléhají neustálým změnám. Novost a nápaditost v podobě stálé obměny povrchových forem těchto norem a faktů navíc nijak neslouží odměně jejich obsahů – nové informace prakticky nevznikají a účastníci komunikace se stávají hráči s informacemi předcházejícími: „Informace ve světě vznikají syntézou předchozích informacích.“[39] Odkrývání známého, a nikoliv pátrání po novém je ostatně základem logického uvažování v pátrání po faktech (stavech věcí) i u Wittgensteina.

Postmoderní subjektivní rozbor (recenze, kritika) je tedy jen aktualizovanou proměnou, která se s měnícími preferencemi rovnice reprezentované daným médiem (které samotný tvar rovnicí vytváří zase na základě ekonomických priorit) stále obměňuje, a to v časovém horizontu, který se stále zkracuje. Už nyní mnohdy dosahuje takové rychlosti, že tvar jedné proměnné (tento interpret patří do odpadu středního proudu a jeho prvotina je patosní slátaninou) v sobě již zahrnuje předzvěst své budoucí podoby, kterou přítomnost považuje jako nejpravděpodobnější a nejvíce žádoucí (nebo alespoň nejméně radikální) vzhledem k předpokládanému vývoji (jistě má v sobě ale velký potenciál a další desce může hodně překvapit). „Po látkovém čase tvrdé geofyzikální reality tedy přichází světelný čas virtuální reality, který modifikuje dokonce i pravdu každého trvání a způsobuje tak kromě nehody času také zrychlení veškeré reality: reality věcí, bytostí, sociálně-kulturních fenoménů...Již neexistuje zde, všechno je nyní“[40], přičemž „nyní“v sobě již musí nést otisk budoucího „nyní“, tedy něčeho, co pravděpodobně nastane a co bude žádoucí psát za týden, měsíc. O tom, kterak text předpokládá svého čtenáře do té míry, že se jej zároveň vytváří a zároveň vzhledem k němu vytváří svou vlastní podobu jako reakci na jeho očekávání, hovoří i Eco

[36] Tamtéž str. 62
[37] Tamtéž str. 417
[38] "Svět je všechno, co fakticky je…To, co fakticky je, fakt, je existence stavů věcí“ cit. WITTGENSTEIN, Ludvik. *Tractatu logico-philosophicus.* Praha: Oikoymenh, 2007. 87 s. ISBN 978-80-7298-284-4 s.12
[39] FLUSSER, Vilém. *Do universa technických obrazů.* 1. vyd. Praha: Academia, 2001. 162 s. ISBN 80 – 238 -7569 -8. str. 85
[40] VIRILIO, Paul. Informatická bomba. 1. vyd. Červený Kostelec: Pavel Mervart, 2004. 167 s. ISBN 80-86818-04-7 str. 134, 135

ve své teorii modelového čtenáře. Teorie tohoto typu „nahlížejí na textovou strategii jako na systém instrukcí, jenž usiluje o to produkovat možného čtenáře, jehož profil je designován textem a uvnitř textu, lze jej z něho abstrahovat a popsat jej nezávisle na jakémkoliv empirickém čtení a dokonce před ním“.[41] Tato teorie přináší potvrzení té domněnky, která hovoří o cílené modelaci konečného čtenáře, jehož zájem je vytvářen a znám ještě před samotným počátkem tvorby textu. U subjektivních žánrů kulturní publicistiky (recenze, kritika) spočívá především v tom, že autor vydává obsahově podobné texty, které ale vykazují zajímavou formu a v určitém smyslu se pobodají již úspěšným textům (ať již použitím obdobného stylu, slov, ilokučních výrazů).

Kritik a recenzent navíc nemůže svou životní zkušenost, z níž kritika vždy vychází, a která je ze své povahy vždy rázu subjektivního, odtrhnout od všech časových rovin, které v sobě vstřebává. Tedy odlišit reflexe vlastních očekávání (budoucnost), předsudků (přítomnost), jejichž hodnotové vyznění do jisté míry ovlivnila minulost, a zkušeností (minulost). Kritik je tedy přímo ovlivněn všemi časovými rovinami, jejichž hodnocení (jak to bylo a co asi bude) je přímo ovlivněno aktuálními preferencemi přítomnosti a blízké budoucnosti (móda).

Tento pochod sice probíhá nejen u publicisty, nýbrž i u novináře pracujícího s objektivními žánry (zprávař, reportér, redaktor), ten však nakonec vždy musí preferovat fakta přítomnosti a minulost zahrnout pouze do části vysvětlující okolnosti vzniku (obvykle úvod) a budoucnost do části obsahující možnou předzvěst, jejíž subjektivní vyznění by mělo být náležitě vyznačeno (obvykle závěr, např.: pachatelem je údajně pan XY, bližší informace však budou známy až po pitvě). „Komparativní odhady hodnot kritika jsou ve skutečnosti hypotézy, nejlépe nevyslovené, vyplývající z kritické praxe, nikoli formulované principy, které by tuto praxi měly řídit. Praxe se tak řídí nevyjádřenými principy.“[42]

O tom, jak jakákoliv rozhodnutí, ač jsou v masové kultuře předkládána jako rozhodnutí přítomnosti, ovlivňují všechny tři časové roviny, se zmiňuje i Eco: „…mé rozhodnutí se okamžitě, sotva je rozhodnuto, konstituuje jako minulost a modifikuje tím to, co jsem, a poskytuje další platformu následným projektům. Pokud klást problém svobody a odpovědnosti za naše činy ve filozofické rovině má vůbec nějaký smysl, pak bází pro argumentaci, výchozím bodem pro fenomenologii těchto činů je stále ještě struktura

[41] ECO, Umberto. *Meze interpretace*. Praha: Karolinum, 2004. 1. vyd. 330 str. ISBN 80-246-0740-9 s.61
[42] FRAE, Northrop. *Anatomie kritiky*. 1. vyd. Brno: Host, 2003. 440 s. ISBN 80-7294-078-3 str.43

času.“[43] Je to právě čas, který strukturuje naše možnosti – aktuální i ty, které ještě nenastaly. Eco podotýká, že „souřadnice našich rozhodnutí byly objeveny ve třech extázích časovosti a ve vzájemném artikulovaném vztahu mezi nimi“[37], ale že v rámci masové kultury není vhodné tento předpoklad vyjevovat masám čtenářů či diváků a posluchačů. Ti sice povědomí o vztahu času a rozhodnutí mají ze své vlastní zkušenosti, v médiích je ale nevyhledávají, neboť média mají reflektovat „nyní“ s možnou předpovědí „pak“: „ Aby si čtenář navykl na tento trvalý provoz zpřítomňování toho, co se děje, musí ztratit povědomí o tom, že to, co se děje, se musí dít ve shodě se zásadami tří temporálních extází. Jakmile o nich ztratí povědomí, zapomene i na problémy, které s nimi souvisejí, a sice na existenci svobody, možnost dělat si projekty, povinnost dělat si je, trýzeň, kterou každý projekt obnáší, a odpovědnost, která z něj vyplývá…“[44]

Recenze jako slast

Texty nabité rozkoší, produkující rozkoš a sami do sebe rozkoš vstřebávající. Naproti nim, a zároveň s nimi, texty slasti. V jaké pozici můžeme spatřovat roli současné (kulturní) recenze, potažmo kritiky? V oblasti rozkoši, slasti, metatextu?

Sám autor se o roli kritiky zmiňuje pouze okrajově, a jasně ji nevyčleňuje místo ani v textech rozkoše, ani v textech slasti. Přesto je to právě ona, která dnes zaujímá výsostné místo textu, které Barthes nazývá textem slasti. Už její čtení: „musím zaujmout jinou pozici a namísto role důvěrníka této kritické rozkoše volit roli voyeura: pozorovat potají rozkoš druhého, nořit se do zvrácenosti. Komentář, výklad se tak promění v text, ve fikci, v roztrženou obálku. Zvrácenost spisovatele trojnásobná zvrácenost kritika a čtenáře kritika, donekonečna...“[45] je evidentním příklonem k slastným nikoli užitečným či rozkoš přinášejícím požitkům. Právě ona je tou mluvou, která „bojuje o nadvládu: jestliže získá moc, rozšíří se všude v obecném a každodenním životě , stane se doxou, přirozeností...“[46]. Kulturní kritika se sice může týkat textů rozkoše, nejen textů slasti (jak autor naznačuje) – tedy poukazovat na abstrakce z druhého řádu (klasické divadelní hry, vážná hudba), sama se však textem slasti stává. „Vytryská z dějin vždy v podobě skandálu, je vždy odrazem

[43] ECO, Umberto. *Skeptikové a těšitelé*. Praha: Svoboda, 1995.1.vyd., 417 s. ISBN 80-205-0472-9 s.256-257
[44] Tamtéž s.263
[45] BARTHES, Roland. *Rozkoš z textu*. 1. vyd. Praha: Triáda, 2008. 97 s. ISBN 978-80-86138-90-9 str. 18
[46] Tamtéž, str.27

řezu..“[47], je vždy pouhým nezávislým tvrzením nikoliv rozvinutím původní abstrakce ve prospěch obohacení posledního článku řetězu. Kritika dílu spíše něco bere, než že by mu přidávala. Už proto, že je propagací sama sebe, nikoliv reklamou na posuzovaný produkt (nová deska, nová kniha, nová divadelní hra): „Klíčovou zbraní reklamy je překvapení, něco neočekávaného. V jádru reklamy působí hlavní principy módy: originalita za každou cenu, neustálá změna, pomíjivost.“[48]

Přesto se podle Barthese žádný typ slasti nemůže rodit v masové kultuře, prostředí jí natolik přirozeném. Masová kultura je slastí sama o sobě – žádné povinnosti, samá hra: zaplaťte, nevycházejte z údivu, a řekněte o nás i vašim známým. Produkce menších odštěpených slastí, k nímž požitek z „voyaerského“[49] čtení kritiky patří, jsou přímo jejím hnacím motorem. Úkolem již není vzdělávat, zaujímat kritické postoje, podněcovat ve čtenáři touhu polemizovat. Cílem je bavit, zaujmout, šokovat, přitáhnout pozornost. Ovšem ne k produktu – dílu, ale k produktu – metareferování, ke kritice. To ona je tou rozkoší rozmetanou na cucky, kulturou rozdrásanou na hadry, o které Barthes mluví. „Žádná záminka, žádná výmluva, nic se nebuduje, staví se z ničeho. Text slasti je bezpředmětový.“[50]. A v rámci zachování svého cíle a postavení ani o žádný předmět neusiluje. Vzpíná se možnosti něco znamenat, neboť se „společensky stvrzeným statusem“ přichází nemilé břímě odpovědnosti, kterou si kritika a recenze ze své podstaty nemůže dovolit. Je žánrem navýsost subjektivním, a v momentě, kdy se dostane ke čtenáři již není povinována cokoliv vysvětlovat, obhajovat, dokládat. „Smyslem a účelem kritiky sice je, aby ukázala silné a slabé stránky díla, a to také s ohledem na možnou nápravu, ta ale už není úkolem kritika. Kritik má ukázat nedostatky kritizované věci, není však povinen navrhovat, jak se mají napravit.“[51]

---

[47] Tamtéž, str.21

[48] LIPOVETSKY, Gilles. *Říše pomíjivosti (Móda a její úděl v moderních společnostech)*. 1. vyd. Praha: Prostor, 2002. 446 s. ISBN 80-7260-063-X str. 286

[49] „voyaér je ikonickým, postmoderním já, je to jedinec, který trvá na pohledu“cit. DELEUZE, Gilles, *Film 1, Obraz - pohyb* , Praha: Národní filmový archiv 2000, str.7

[50] BARTHES, Roland. *Rozkoš z textu*. 1. vyd. Praha: Triáda, 2008. 97 s. ISBN 978-80-86138-90-9 str. 46

[51] WIKIPEDIE, otevřená encyklopedie. Heslo „kritika“ [online]. 1. srpna 2007, poslední uživatelská aktualizace 25.5.2010, [cit. 28.7.2010]. Dostupný z WWW: < http://cs.wikipedia.org/wiki/Kritika> ISSN neuvedeno.
Citace z otevřené internetové encyklopedie je vybrána s ohledem na předchozí text záměrně. Jde o uživateli vytvořený a přijímaný názor na to, co se míní užitím slova „kritika“ u široké veřejnosti. O cenzuře internetové encyklopedie Wikipedie je pojednáno výše.

Moc subjektivního názoru je posvěcena tiskem a získává odpovědnostní imunitu. Nemusí se zodpovídat sama ze sebe, jakmile jednou dochází k poslednímu článku, neručí již za obsah ani formu sdělení, neboť její odpovědnost spočívala právě v procesu cesty na konec (ke čtenáři), nikoli ale na jejím konci. Ostatně, požadavek pravdivého zobrazení vidí jako přežitý T. W. Adorno již v případě vyššího řádu – umění samotného: „Požadavek plné zodpovědnosti uměleckých děl zvětšuje břemeno jejich viny... je třeba k němu vytvořit kontrapukt požadavkem anitetickým, to jest požadavkem nezodpovědnosti, která připomíná ingredianci hry...umění je beztak nezodpovědné jako zastření.“[52]
Podpořena mediálním kolosem a dopravena v tomtéž časovém období nesčetně většímu okruhu adresátů, než jak tomu může být např. s reakcí na ní, hraje již na jiné úrovni moci, než o které mluví Barthes, když říká, že: „Tento objekt, v nějž je od vší lidské věčnosti zabudována moc, je řeč, či abychom byli přesnější – je závazný výraz: jazyk.“[53] Kritika vládne závazným jazykem. Je onou mocí skrytou v promluvě („Moc je tu, skrývá se v každé naší promluvě, byť mluvím z místa, které je mimo moc“[54]), přičemž kvantita jejího naléhání je přímo úměrná „kvalitě“ a razanci následného podmiňování.

Metareferování pozbývá odpovědnosti

Čím více adresátů, tím větší šance stát se všeobecně schválenou alternativou (když ne přímo subjektivně vnímanou pravdou), obdobně, jako politik vystupující v hlavním vysílací čase na celostátním kanále uplatňuje svůj názor všeobecně efektivněji, než ten, který vystoupí s protichůdným názorem na krajském grémiu. Rozdíl? V odpovědnosti za výsledný produkt zjevný. Referování o byť subjektivním názoru svém, nebo společnosti/strany/média/spolku, které zastupuji, je podmíněno následnou odpovědností, byť jsou její vymahatelnost nebo hmatatelné důsledky nejisté. Reálná odpovědnost za subjektivní referování o tomto subjektivním referování? V porovnání s předchozím, zanedbatelná. Umberto Eco pro tento případ uvádí taktéž model politického grémia, v jehož rámci lze (byť s otazníkem) sankcionovat nepravdivé zprávy, ale už nikoliv subjektivní názory. „Ve skutečnosti vládne hluboce zakořeněný názor (který se pak přenáší i do postojů politických a kulturních), že informační pořady mají význam politický, zatímco pořady založené na fikci mají význam kulturní a jako takové tudíž nepatří do

[52] ADORNO, Theodor, W. *Estetická teorie*. 1. vyd. Praha: Panglos, 1997. 481 s. ISBN 80-902205-4-1. str. 58
[53] BARTHES, Roland. Lekce. In CHVÁLA MOUDROSTI. Bratislava: Archa, 1994, s.81-99. ISBN: 80-7115-077-0 str. 83
[54] Tamtéž str. 82

kompetence politiků. Podle tohoto názoru je v právu poslanec, který na základě zpráv vydaných italskou tiskovou kanceláří ANSA kritizuje v parlamentu televizní zpravodajství coby zavádějící a neúplné, zatímco diskutabilním zůstává postoj poslance, který s Adornovými texty při ruce kritizuje televizní podívanou jakožto obhajobu buržoazních mravů. Tento rozdíl se pak nutně odráží v demokratické legislativě, která trestá záměrné šíření nepravdivých zpráv, ale netrestá názorové postoje."[55]

Eco v tomto ohledu mluví o mezích interpretace, které mimo jiné souvisí s počtem interpretů a s jejich ochotou či schopností vyjádřit a přijmout názor, že text znamená právě toto a ne něco jiného. „Od okamžiku, v němž je společenství vtaženo do souhlasu s danou interpretací, existuje ne-li objektivní, pak aspoň intersubjektivní význam, který nabývá privilegovaného postavení vůči jiné možnosti interpretace, vyslovené bez dohody společenství."[56]. Schopnost číst text relevantně je tedy přímo závislá na sociálním či kulturním kontextu, ten však do textu nevstupuje z vnějšku, náhodně, ale jsou to zase sama média, a samy recenze a kritiky, které ho do textu zabudovávají. Metareferování promlouvá o promlouvaném. Nutně potřebuje ve svůj prospěch přetvořit něčí názor, aby si mohlo vytvořit svůj vlastní, který už s sebou ovšem neponese těžké břímě odpovědnosti, které vláčí subjektivní mínění toho, o kom je referováno. Kritika proto hraje na jiné úrovni moci – může (takřka) všechno, nemusí (takřka) nic. Odpovědnost autora za svůj text se stala cílem bádání již při zveřejnění Foucaultova díla. „Autor není, přesně vzato, ani vlastníkem svých textů, ani za ně nenese odpovědnost: není jejich producentem ani objevitelem".[57]

Právě zde vstupuje jazyk do služeb moci. „Nezbytně se v něm rýsují dvě rubriky: autorita tvrzení a stádnost opakování"[58], přičemž stádnost opakování přímo úměrně posiluje autoritu tvrzení.

Podobná cykličnost panuje i mezi (psanou) řečí (např. kritikou) a vnímáním reality. „Člověk nemůže souhlasit s tím, že mezi realitou a řečí není shoda, právě toto odmítání, které je patrně stejně staré jako řeč, se však ustavičně stará o vytváření literatury."[29] V mysli zabudované kódy, které lze při velké nadsázce zkrátit do oblíbeného „co je psáno,

[55] ECO, Umberto. *Mysl a smysl*. Praha: Moraviapress, 2000. 183 s. ISBN 80-86181-39-7 s.92
[56] ECO, Umberto. *Mysl a smysl*. Praha: Moraviapress, 2000. 183 s. ISBN 80-86181-39-7 s.47
[57] WAHL, Jean, převzato z Bulletinu Francouzské filosofické společnosti (Bulletin de la Société francaise de Philosophie), ročník 63, č. 3, červenec – září 1969, sv. LXIV. S. 73-104, uveřejněno v: FOUCAULT, Michel. *Diskurz, autor, genealogie.*. 1. vyd. Praha: Svoboda, 1994. 115 s. ISBN 80-205-0406-0. str. 41
[58] BARTHES, Roland. Lekce. In CHVÁLA MOUDROSTI. Bratislava: Archa, 1994, s.81-99. ISBN: 80-7115-077-0 str 84

to je dáno“, je nesnadné překonfigurovat, neboť ony samy se změně brání. Stejně jako film je vnímán jako ideálně převyprávěný výsek reality, bez ohledu na to, že jde pouze o jeden možný úsudek scénáristy/režiséra, podaný pouze jedním jediným způsobem (kameraman) navíc skrze technický aparát, a za nezanedbatelné pomoci producenta, který výsledný produkt platí, očekávaje zpětné výnosy a zabudovávajíce do produktu své vlastní zájmy (reklama). I psané slovo je vnímáno jako zpečetění názorů, z nichž byl vybrán právě jeden jediný – vyhovující, prověřený pečlivě sestavenou organizací typu neúplatný novinář – pečlivý korektor – sečtělý šéfredaktor – majitel tiskoviny stojící mimo dění.

O pozbývání odpovědnosti ze strany hudebních recenzentů („kulturních moralistů z povolání“[59]) mluví i Eco ve stati o hudbě, ve které si všímá povrchnosti práce hudebního recenzenta: „Dělat „kulturního moralistu“ z povolání, to vždycky bylo a dosud je řemeslo ze všech nejsnadnější. Kulturní moralista je člověk, který umí velice inteligentně objevit a rozlišit nové etické, sociologické a estetické jevy, jakmile však má tuto operaci jednou za sebou, odmítá ze všech sil plnit povinnost mnohem riskantnější, nesnaží se už tyto jevy dále analyzovat, pochopit jejich příčiny a dlouhodobé důsledky…“[54]

Obsahová stálost během obměn povrchových forem

Kulturní kritika mezi variací a schématismem

Hlavním cílem kritiky a recenze je úspěch, tedy pobavení čtenáře spojené s uspokojením a příštím opětovným nákupem autora a média, čehož se nejsnáze dosahuje proměnou povrchové formy, ač postupy v kritice či recenzi obsažené se donekonečna opakují. „Bastardní podobou masové kultury je skryté opakování, opakuje se obsah, ideologické schéma, gumování rozporů, ale obměňují se povrchové formy: nové a nové knihy, televizní nebo rozhlasové pořady, filmy, zprávy v tisku, novinka stíhá novinku, ale stále týž smysl.“[60] Jaký smysl to je? Zcela určitě ten nejpřirozenější a krajně nutný: smysl přežít. A které typy promluv (produktů, dialogů) přežijí? „Přežijí pouze systémy (fikce, mluvy), dostatečně vynalézavé na to, aby vytvořily, zpracovaly, prosadily konečnou figuru – na způsob pasti, která umožní zpola vědecky, zpola eticky ocejchovat protivníka, popsat ho, určit, vysvětlit, odsoudit, zavrhnout a současně z něho vytěžit co se dá.“[61] Tedy – dle

[59] ECO, Umberto. *Skeptikové a těšitelé*. Praha: Svoboda, 1995.1.vyd., 417 s. ISBN 80-205-0472-9 s.321
[60] BARTHES, Roland. *Rozkoš z textu*. 1. vyd. Praha: Triáda, 2008. 97 s. ISBN 978-80-86138-90-9 str.38
[61] BARTHES, Roland. *Rozkoš z textu*. 1. vyd. Praha: Triáda, 2008. 97 s. ISBN 978-80-86138-90-9 str 27

Barthese mají reálnou šanci na přežití ty druhy promluv, které se vyjadřují k promluvám jiným – tedy ty, které (nějakým způsobem přitažlivě) nevytvářejí nové informace, ale opět jen syntetizují informace předchozí (viz. výše). Zájem masové kultury, který vzešel z různých teorií sítě a bludišť v postmoderní filosofii, na vracející se a opakující se seriálovosti potvrzuje i Umberto Eco. Kulturní kritika, a její nejzřejmější zástupce v tomto ohledu – hudební recenze, si opakováním zajišťují přízeň těch, na nichž záleží výsledek dichotomie přežití/nepřežití. Nové musí být vždy založeno na schématu starého (známého, ověřeného, již rentabilního): „Mezi elementární estetikou kravaty a uznávanou „vysokou" uměleckou hodnotou *Goldbergových variací* se nachází odstupňované kontinuum opakujících se strategií zaměřených na reakci „bystrého" adresáta."[62]

Základem veškeré kritiky je novost její povrchové struktury, není ovšem pravda, že novost sama o sobě není módou (viz. „novost není móda, nýbrž hodnota, základ vší kritiky"[21]). Nádech novoty, neotřelosti a neokoukané rétoriky je módní záležitostí. Recenze je móda a tato móda je módou forem, nikoliv obsahů.[63] A stejně jako móda, která má k tržní ekonomice zjevnější blízkost, se stává pouze součástí směny. „Směna si přivlastní všechno včetně toho, co se jí vzpírá. Zmocní se textu a předá jej kolektivní ekonomice.."[64] Závaznost obsahu je otázkou úspěšnosti v ekonomické směně, obměna povrchových forem je módní záležitostí.

Uplatnění reklamních postupů při vzniku kritiky

Obměna povrchových forem subjektivních novinářských žánrů probíhá dle zákonů reklamy - tj. pomocí novosti, šoku, vytržení z letargie a novou vizualizací starého známého obsahu se prodává módní zboží určené k rychlé spotřebě a podpoře konzumu – ač se v tomto případě jedná o konzum média za podpory čtenáře (popř. posluchače, diváka). „Klíčovou zbraní reklamy je překvapení, něco neočekávaného. V jádru reklamy působí

[62] ECO, Umberto. *Meze interpretace*. Praha: Karolinum, 2004. 1. vyd. 330 str. ISBN 80-246-0740-9 s.103
[63] „Móda je módou forem"cit. ADORNO, Theodor, W. *Estetická teorie*. 1. vyd. Praha: Panglos, 1997. 481 s. ISBN 80-902205-4-1. str. 234.
O obměně povrchových forem, které v současné době vytlačují obměnu děl jako takových (v Adornově textu se jedná o umělecká díla, tyto teze lze však uplatnit i na kritiku a recenzi) hovoří i dále: *„Proto míří pokročilá umělecká produkce spíše k produkci nových typů než k originalitě jednotlivého výtvoru. Originalita se začíná transponovat do objevování těchto typů."* (str. 227)
[64] BARTHES, Roland. *Rozkoš z textu*. 1. vyd. Praha: Triáda, 2008. 97 s. ISBN 978-80-86138-90-9str. 23

hlavní principy módy: originalita za každou cenu, neustálá změna, pomíjivost.“[65] Rozdíl je ovšem klíčový. Reklamní postupy se zde uplatňují skutečně jen pro obměnu povrchové formy – pro „styl“, nikoliv pro obsah. Proto také není skutečným cílem subjektivních publicistických žánrů typu recenze či kritiky prodat to, o čem se píše, ale jen to, co se píše, případně toho, kdo to píše. Reklama je úspěšná, zvýší-li rentabilitu zboží či služby, kterou prodává. Reklamní postupy uplatňované u recenze musí prodat recenzi, či autora (jako diskurz) a zvýšit poptávku po zboží, médiu, a nikoliv zvýšit poptávku po recenzovaném CD, knize, divadelní hře apod. Recenze tedy užívá reklamních postupů, ale jen na svém povrchu – tam, kde láká čtenáře. Reklamní povaha tohoto žánru určeného k pobavení je přitom nezbytná stejně jako je nezbytný reklamní charakter celého kulturního průmyslu: „Kulturní průmysl při tom, jak předkládá publiku implicitní a laciné vidění světa, přebírá prostředky obchodního manipulování a reklamy, jenže místo toho, aby veřejnosti poskytl to, co chce, radí jí, co chtít má nebo o čem si má myslet, že to chce.“[66]. Reklamní charakter činí z estetického prožitku (neuchopitelného) něco hmatatelnějšího, praktičtějšího pro denní život, tedy nezbytnějšího. „Nástup nových technologických zařízení nevede k tomu, že se dřívější nástroje stanou zastaralými.“[67]

Touha po hmatatelnosti je také jedním z důvodů, proč po masovém útoku elektronických médií nezanikla média tištěná. „V reklamních charakteru kultury zaniká její odlišení od praktického života. Estetické zdání se stává pozlátkem, které reklama přenáší na zboží, jež toto zdání absorbuje. Avšak onen moment samostatnosti, který filosofie pojímá právě jako estetické zdání, se ztrácí.“[68]

Nové, pozornost zachycující, to, co prodává produkt (recenzi, kritiku, či obecněji dané médium, v němž se otištěna), je tedy tím, co se nachází na povrchu samotného textu – jeho styl/způsob prezentace. Nutné se doplňuje s obsahovou stálostí, se stálým syntetizováním předchozích postupů, převyprávěním předchozích příběhů (Barthes ostatně v tomto ohledu naznačuje, že se už i samotná literatura vyčerpala. Postmoderna nedokáže ze své podstaty vytvořit nic nového, proto recykluje stará témata a literatura – i kultura jako celek – se začíná rychle vyčerpávat), vyčerpání a recyklaci starého vidí jako nastupující trend již

[65] LIPOVETSKY, Gilles. *Říše pomíjivosti (Móda a její úděl v moderních společnostech)*. 1. vyd. Praha: Prostor, 2002. 446 s. ISBN 80-7260-063-X str. 286
[66] ECO, Umberto. *Skeptikové a těšitelé*. Praha: Svoboda, 1995.1.vyd., 417 s. ISBN 80-205-0472-9 s.368
[67] ECO, Umberto. *Mysl a smysl*. Praha: Moraviapress, 2000. 183 s. ISBN 80-86181-39-7 s. 122
[68] ADORNO, Theodor. *Schéma masové kultury*. Praha: Oikúmené, 2009, 62 stran, ISBN ISBN 978-80-7298-406-0. Str.7

Oscar Wilde, který píše o poměrech kulturní žurnalistiky na přelomu 19/20 století: „Kritice náleží budoucnost. Látky, která je přístupná tvorbě, stále ubývá, kdežto látka pro kritiku roste každým dnem. Jsou vždy nová postavení pro mysl a nová hlediska. Povinnost vnutiti tvar chaosu nestal se menší, jak svět pokračuje.“[69] V momentě (postmoderní kultury, masové kultury), kdy se protikladné stalo přijatelným, již není nutné či žádoucí, aby se vytvářely obsahy (příběhy) nové. Předkládání různých forem (reklamou podpořených stylů) téhož podpořilo poptávku, která si nyní žádá stále totéž, ačkoliv prezentované různě. Obsahová stálost navíc přesouvá zorné pole čtenářů (diváků, posluchačů) z „co“ či dokonce s tím souvisejícím „proč“ na pouhé „jak“: „Čím více filmový návštěvník, posluchač šlágrů, čtenář detektivních nebo magazínových historek předjímá východisko, řešení, strukturu, tím více se jeho pohled přesunuje na Jak, v němž se dosahuje nicotného výsledku, na hádankovitý detail, a v pátravém přesunování mu vysvitne hieroglyfický detail.[70] Tímto hieroglyfickým detailem Adorno míní jakési zadostiučinění, které čtenář v recenzi spatřuje – ve skutečnosti bezvýznamný detail, jehož důležitost je ale stvrzena ostatními (čtenářem i autorem), a který slouží jako klíč k předkládanému textu, který se jeví jako nutný k dešifrování. „Všichni informovaní mají podíl na tajemství[71]“

Šablonovitost u Adorna i Foucaulta

Adorno si této tendence recyklace starých obsahů všímá v Estetické teorii a aplikuje ji především na vyšší řád – tedy na umění samotné: To, co umělec může říci, říká pouze – a Hegel to věděl – formou, ne tím, že to formu nechává sdělovat.“[72] Později (Dialektika osvícenství) poukazuje i na šablony, které se vyskytují napříč celým kulturním průmyslem. Klišé se stávají hnací silou kulturního průmyslu, protože (stejně jako recenze jež jich využívají) cílí sami na sebe – obhajují se, a posilují se. „Smyslem jejich existence (klišé) je toto schéma potvrdit tím, že jsou jeho součástí… úsilí o individuaci bylo konečně nahrazeno snahou napodobovat, ač bezduchou.“[73] Adorno poptávku po obsahové podobnosti, a zároveň povrchové novotě demonstruje i na jiné podoby (post)moderní kultury, např. na filmový průmysl: „Uchopení kultury monopolem, jež zakazuje

[69] WILDE, Oskar. *Kritik umělcem*. 1909, bez dalšího určení, str. 87
[70] ADORNO, Theodor. *Schéma masové kultury*. Praha: Oikúmené, 2009, 62 stran, ISBN ISBN 978-80-7298-406-0. Str.7
[71] Tamtéž str. 41
72 ADORNO, Theodor, W. *Estetická teorie*. 1. vyd. Praha: Panglos, 1997. 481 s. ISBN 80-902205-4-1. Str. 199
73 Tamtéž str. 127 a 156

neuchopené, nutně zpětně odkazuje zpět na předem již produkované a zakládá sebereflexi. Odtud rukama uchopitelný, a přesto nevykořenitelný rozpor výpravy, technické zručnosti dosažených postupů na jedné straně a staromódně individuálních, úměrně vzdělání upadajících obsahů na straně druhé, rozpor usazující se ve standardizaci individuálního“[74]. Nakonec jej zasazuje do všeobecného kulturního rámce masové kultury a ekonomického rámce monopolu kapitalismu: „Veškerá masová kultura je principiálně adaptací. Avšak adaptační charakter, filtr monopolu, který drží venku veškeré paprsky, které nejsou doma ve zvěcněném schématu, je zároveň přizpůsobením konzumentům… Neexistuje už žádný kýč a žádná nesmiřitelná moderna... Masová kultura postupuje bezkonfliktně, i jedná o konfliktech, tím je podrobuje diktátu bezkonfliktního“[75]

Možnost psaní individuálního obsahu musí být standardizována, převedena na nejmenší společný jmenovatel společné ideologie, aby kulturní průmysl mohl nadále prodávat různě odstupňované „kvality“ povrchové formy. Tato kvalita může – či by dokonce měla být – konfliktní/hádavá/nečekaná, to, „o čem se jedná“, ale musí být bezkonfliktní – obsahově podobné, předem rozhodnuté a ze své povahy artefaktní.
Subjektivní žánry typu recenze a kritiky zapadají a utvářejí schéma masové kultury, u které je „nejvyšším výrazem technologické Jak, dokonalost prezentace, triku, při neodvolatelné nicotnosti Co“.[76] Tak hudební recenze, či všeobecněji kritiky kulturního průmyslu jako typ, zapadají do schématu masové kultury, a samy ji posilují. Cílem kritiky není vynášet soudy o díle, či ponoukat ke změnám, ale jasně ne nevyjadřovat a podporovat stávající stav. Tištěné subjektivní novinářské žánry to činí stejně, jako to činí např. televize: „Televize se tak může stát účinným nástrojem zvládání nepředvídatelných náhod a kontroly, zárukou udržení pořádku, stačí, aby utvrzovala vládnoucí vkus a neustále, pořád dokola předkládala veřejnosti názory, které vládnoucí třída považuje za důležité pro udržení daného stavu věcí.“ Vládnoucí třídou je pro médium kupující, který se chce neustále dokola přesvědčovat o správnosti svých názorů, které sám do média vkládá. Recenzent vždy nabídne čtenáři to, co mu čtenář řekne, aby mu nabídl. A budou to zase média, která čtenáře zformují k tomu, aby od nich vyžadoval to, co je prodejné.

[74] ADORNO, Theodor. Schéma masové kultury. Praha: Oikúmené, 2009, 62 stran, ISBN ISBN 978-80-7298-406-0. Str.12- 13
[75] Tamtéž str. 16,17 a 23
[76] Tamtéž str. 35

Michael Foucault trend obsahové stálosti aplikuje na následující řád – na referování o umění, na žurnalistický komentář, kteří se nachází na pomezí objektivního a subjektivního novinového žánru, který v tomto ohledu aplikuje stejné postupy jako čistě subjektivní recenze či kritika: „Komentář představuje posun mezi prvotním a druhotným textem. Neomezené bublání komentářů je zevnitř zpracováno snem maskovaného opakování: na jeho horizontu se možná nachází jen to, co bylo na jeho začátku, totiž jednoduché odříkávání. Komentář zažehnává nahodilost diskurzu tím, že se na ní podílí, dovoluje sice říci jinou věc než samotný text, avšak za podmínky, že to bude právě tento text, který bude pronesen a jaksi završen... Nové nespočívá v tom, co je řečeno, nýbrž v události svého návratu.“[77]

Postmoderní tendence předpokládají a zároveň vytvářejí obsahovou stálost či podobnost, rolí (funkcí) recenzenta (jakožto píšící individuality, i jakožto diskurzu) je prodat předpokládanou obsahovou stálost (starost o její vytváření ale není prvotním cílem recenzenta) pomocí účelně obměněné povrchové formy. K tomuto záměru je vhodné využít reklamní techniky i postupů uplatňovaných v módním průmyslu.

Recenze jako móda

Módní recenze a recenze jako móda

Současná kulturní recenze je móda. Stále se mění střih (přičemž aktuálně je v trendu mini(délka) šedesátých let[78] (velmi krátké recenze cca 200- 400 znaků) a rozvleklá maxi délka v ethnostylu s bohatými potisky (stránkové recenze s množstvím doplňkového obrazového materiálu)[79]). Obměňuje se materiál (spisovná čeština, slang poplatný danému žánru („Eminemovu mocnou flow až po jejich společný refrén, což je přesně to, co mě na hostovačce zaujme - když nejde jen o koupenou sloku, ale o spolupráci, která se prolíná

[77] FOUCAULT, Michel. *Diskurz, autor, genealogie.*. 1. vyd. Praha: Svoboda, 1994. 115 s. ISBN 80-205-0406-0. str.15
[78] „Bezdějinost masové kultury je nuda, kterou si nárokuje ukrátit.“ Cit. ADORNO, Theodor. *Schéma masové kultury*. Praha: Oikúmené, 2009, 62 stran, ISBN ISBN 978-80-7298-406-0. Str. 16
[79] „Média potřebovala jistou dobu k tomu, aby přijala myšlenku, že naše civilizace je na přechodu k civilizaci orientované obrazově“. ECO, Umberto. *Mysl a smysl*. Praha: Moraviapress, 2000. 183 s. ISBN 80-86181-39-7 s.111

celým trackem. Oba palce nahoru.“[80]), i osobnost designéra (autor). Preference ovšem zůstávají tytéž: šokovat, zaujmout, přijít s něčím neotřelým, neokoukaným, z minulosti recyklovaným. Přitáhnout zájem cílového konzumenta (kupující čtenář), uspokojit nároky investora (vydavatel) a ekonomicky profitovat. Pablo Helguera ve svém Manual of Contemporary Art Style k postavení recenzentů (zde recenzentů výtvarného umění) na šachovnici, kde figurky představují rozdílné preference jednotlivých hráčů uvádí: „Střelci (kritici) se vždy pohybují diagonálně, aby vytvořili dojem, že se nepřiklánějí ani k jedné straně (levé nebo pravé). Představují ve hře morální autoritu, proto je přirovnáváme k náboženské figuře (v anglickém jazyce je v šachu střelec nazýván biskupem). Stejně bez-závazkovým, diagonálním způsobem kritici inklinují k nepřímé podpoře umělců (pěšáci), a někdy si s nimi dokonce vytvoří tak silné vztahy, že ani ostatní figurky včetně královny jim je nedokážou zpřetrhat.“[81]

Vkus, preference a přítomnost s přesahem do budoucnosti určují konečnou podobu produktu, přičemž nejvýhodnější postoj, kterak dostát měnícím se trendům, je právě ten všezahrnující postmoderní: „móda vnucuje spisovateli (publicistovi) jeho tvář a předepisuje mu, aby se shodoval s tím, co se od něj čeká. Pro takového autora není jiného východiska než sebe sama přestavět (přesouvat se) nebo stát neochvějně na svém – či obojí zároveň.“[82] Čili nejvýhodnější variantou je vzbudit ve čtenáři pocit vyhraněné radikálnosti, nejlépe negativní, protože pozitivně vyhraněné názory ve čtenářích obvykle způsobují dojem PR propagandy, ale zároveň své postoje neustále měnit. Vzbuzovat představu „stálé hodnoty“, ale přitom se vykazovat pružnou flexibilitou - „stát neochvějně na svém a přitom se přesouvat patří k jediné metodě hry.“[29]

Jak vypadají dnešní recenze?

Novost a móda přejí osobnosti autora, jsou historicky nevyhnutelné[83]. Čím otevřenější je pole pro možný rozptyl hodnotového soudu, který se dle předpokladů bude v nejbližším

[80] Recenze na hip hopová CD jsou často psána stylem, který je slyšet ze samotných recenzovaných alb. Autor recenze a autor hudby tak nacházejí „společnou řeč“, kterou předávají čtenáři. Utváří se ono Adornovo „společné tajemství“. Cit. RUSTY. *Eminem: V drogách už nejedu, říka na svém novém albu Recovery* [online]. HipHopStage: 12. 8. 20010, [cit. 18. 8. 2010]. Dostupný z WWW: <www.hiphopstage.cz/recenze/eminem-v-drogach-uz-nejedu-rika-na-svem-novem-albu-recovery/>

[81] HELGUERA, Pablo. *Jak se pohybovat ve světě umění.* Umělec, 2008, roč.1. str.27

[82] BARTHES, Roland. *Lekce*. In CHVÁLA MOUDROSTI. Bratislava: Archa, 1994, s.81-99. ISBN: 80-7115-077-0 str. 90

[83] ADORNO, Theodor, W. *Estetická teorie*. 1. vyd. Praha: Panglos, 1997. 481 s. ISBN 80-902205-4-1 str. 35

časovém horizontu stejně měnit, tím silněji působí tendence propagovat autora textu na úkor textu samotného. Možnost soukromé exhibice uzavírá tento pomyslný kruh, protože vzbuzuje údiv na straně čtenáře, což vede opět ke zvýšení poptávky po autorovi (i v negativním slova smyslu: „ten už to opravdu přehání, co si asi dovolí příště"), což posiluje jeho pozici na trhu (šéfredaktor upřednostní jeho články, recenze a kritiky, ač po obsahové nebo formální stránce nedosahují kvalit jiných autorů – „…čteme už prakticky jen ty recenze, které mají nejméně hvězdiček a někoho vlastně nejvíce haní. Proč? Protože to je to, co nás baví…"[84]). „Čím více se jedinci uchylují do ústraní a nechávají se pohltit sebou samými, tím silnější je záliba v novém a otevřenost k němu. Hodnota nového se vyvíjí souběžně s přitažlivostí osobitosti a soukromé autonomie."[85] Hodnota recenze tedy ve značné míře závisí na ochotě a vrozené dispozici autora k osobní exhibici, a je hodnotou novosti, která se po autorovi vyžaduje. „Právě při pokusech téhož autora o podstatnější průniky do uměleckých děl vyvstává nakonec jejich jednotný charakter, osobitost samotného interpreta."[86] Osobnost autora, z nějž recenze vychází, se tady nakonec kruhově vrací zase k němu a odkazuje na něj.

Stejně jako umění i jeho následující řád – tedy referování o něm - podléhá cyklickým a do jisté míry předvídatelným změnám. „Umění vstoupilo do módního cyklu pomíjivých výkyvů neo a retro, variací, při nichž nic není v sázce a nic se nezavrhuje: namísto vylučování přichází recyklace"[87]To by se na poli hudební recenze dalo popsat přibližně takto: nadějný nováček – „ten kdo se nechytil" – překvapení roku – propadák roku – velkolepý návrat.

Grafická a formální podoba recenzí

Samotná postmoderní podoba recenzí se dá označit již proklamovanou proměnou povrchových forem, přičemž její jádro zůstává vždy totéž. Jako příklad můžeme uvést hrubý nástin podoby hudebních recenzí ve většině odborného periodického tisku:

[84] cit. MARTINEK, Pavel, člen skupiny Tři sestry, rozhovor na téma, které typy recenzí zajímají jednotlivé členy hudební skupiny. Zdroj: osobní archiv autora
[85] LIPOVETSKY, Gilles. *Říše pomíjivosti (Móda a její úděl v moderních společnostech)*. 1. vyd. Praha: Prostor, 2002. 446 s. ISBN 80-7260-063-X str. 282
[86] BLAŽÍČEK, Přemysl. *Kritika a interpretace*. 1. vyd. Praha: Triáda. 2002. 510s. ISBN 80-86138-46-1 str. 311
[87] Tamtéž str. 425

Úvod: Kdo udělal co (forma, styl, název, např: hiphopová dvoukompilace od rappera XY s názvem Z) – v jakém časovém rámci (druhá deska) a co ho k tomu vedlo (po veleúspěšném debutu...)

Stať: Jaký z toho má autor recenze prvotní dojem – rozpis jednotlivých bodů díla (songy, které autora zaujaly, osobní preference a nabádání k následnému jednání (viz kapitola o moci, např: tato hitovka má silné preference stát se druhým singlem, určitě si poslechněte, tuto pasáž desky, můžete rovnou vynechat a podobné ilokuční akty nabádající k jednání a k souhlasu s autorem)
Stať obvykle provází i krátké zmínky o „druhotných záležitostech“ – podoba textů písní (která je důležitou součástí statě jen u specifických „textových“ žánrů typu folku či rapu), podoba bookletu, hosté na albu, producenti apod.

Závěr: Zpochybnění prvotního dojmu (není to deska na první poslech) – věštění budoucnosti s ohledem na vlastní prospěch (mnohdy vyvracející celý předešlý text) – grafické hodnocení (jež se takřka jako povinnost během posledních 7 let zavedlo ve všech českých tištěných hudebních médií a postupně ho přijala i média elektronická – jako jediné mnohdy jasně vyznačuje postoj autora a čtenáři jej považují za nutný).

Obměnou povrchových forem potom rozumíme především slovní kreace autora, mnohdy smíšené (a smyšlené) osobní ataky, a schopnost strhnout čtenáře na svou stranu.

Příklady vybrané zcela náhodně ze třech největších hudebních tištěných periodik: Filter, Rock&Pop, Report.

Weezer
Make Belive
Sony BMG

„Táhne jim na čtyřicet, ale vypadají jako šprti z Harvardu. Tihle pop-punkoví brejláči z LA figurují na scéně dvanáct let. Po dvou zdařilých albech přišly dva propadáky a člověk by myslel, že to vzdají“. (Kdo udělal co a v jakém časovém rámci)
„Krom vytrvalosti se Weezer nedá upřít humor, styl, pěkný klip a schopnost napsat dobrou písničku. Páté album patří k těm lepším.“ (Prvotní dojem autora). „Rivers Cuomo se

v textech zaobírá svým zamindrákovaným nitrem a zpackanými vztahy. Když ze sebe sype svým milým hlasem: „Jsem nula. Jsem slaboch. Jsem tak sám“, připadá vám, že je to dobrá sranda. Cuomo se dušuje, že vše myslí vážně, ale přece byste mu nevěřili. Po hudební stránce osvědčená klasika – krátké přímé songy o pár akordech s hutnými refrény a infantilními melodiemi. Singlovka Beverly Hills svým fotbalovým refrénem připomíná Offsping, We Are All On Drugs jistě zabere na koncertech a stane se hymnou mejdanů americké omladiny.“ (Popis jednotlivých bodů díla s nabádáním k následném jednání – přece byste mu nevěřili, stane se hymnou...)
„Make Belive je průměrná kytarová deska s několika povedenými emo songy. Návrat se tedy koná, i když ne právě ve velkém stylu.“ (Zpochybnění prvotního dojmu)
„Nej skladby: Beverly Hills, This is such a pity, Pardon me“ (osobní preference)
6/10 (grafické hodnocení)[88]

Čechomor
Co sa stalo nové - Sony BMG

„Předpokládá to odpustit kapele, že se z dobytých pozic vrací zpět ke krystaličtější lidovce a zároveň brousí v krajinách dosud nepříliš navštěvovaných. Blíž k world music a dál do „čechomořího“ bigbítu poslední pětiletky (výjimkou je snad jen Kaťuša)“ – (kdo udělal co, v jakém časovém rámci).
„Průzračně chytlavých písní typu Mezi horami je na desce méně než dřív, skoro se zdá, že ty nejlepší mince z národní pokladnice pánové rozházeli po předchozích albech.“ (Prvotní dojem). „Síla desky spočívá spíše k přístupu k materiálu. Bubny bouřliváka Romana Lomtadzeho jsou nečekaně střídmé, časté je využití perkusí (v titulní písni pod rukama hostujícího Joji Hiroty), mistrným tahem bylo přizvání zpěváka Lionáirda. Jeho teskná nosová galština v písni „Zločin“ nutí zavřít oči a jenom poslouchat, ač vás jen chvíli předtím rozdováděla skvělá Lenka Dusilová dupačkou Neber sobě“ (nabádání k jednání).
„Co písnička, to jiná poloha, celek ovšem pod patronací protřelého Bena Mandelsona působí kompaktně. Ani líp, a ni hůř než předchozí repertoár“ (zpochybnění prvotního soudu). „Je jen na vás, jak si zvyknete“ .(konečný soud ku vlastnímu prospěchu autora – autor se jasně nevyhraňuje a nechává si otevřen prostor pro hodnotový soud).
5/7 – grafické hodnocení[89]

[88] KOLOUŠKOVÁ, V. Weezer: Make Belive. *Filter*, 2005, roč. 3, strana 89. ISSN 1801-1551
[89] FENCL, O. Čechomor: Co sa stalo nové. *Report*, 7-8/2005, 15.roč. , strana 71. ISSN 1213-4708

Nenie
Save Your Individuality
Vlastní náklad

„Oficiální debut čáslavského seskupení Nenie vyšel bezmála deset let po vzniku kapely.“ (Kdo udělal co, časové určení).
„To sice nesvědčí o příliš velké sebedůvěře, ale na lokální partu to není vůbec špatný výsledek. Post-punk s výlety do gotického rocku i emocore prozrazuje vcelku pevné názory, protože na podobnou muziku dnes na českém venkově stovky fanoušků neulovíte. Navíc má tahle nadupaná rocková parta v sestavě DJe, což taky není zrovna běžné.“ (prvotní dojem recenzenta, zařazení do stylu).
„Ovšem čím zajímavější je svým propracovaným zvukem, tím horší je to s vlastní invencí.“ (Zpochybnění předchozího. „Nadupaná rocková parta“ má pevné názory, neběžného DJeje a vcelku vzbuzuje nešpatný dojem. (navíc zřejmě disponuje propracovaným zvukem), přesto je dle autora „neinvenční“). „Ne že by se ony teskné a temné skladby špatně poslouchaly, ale zaměnitelnost s kýmkoliv jiným je nebezpečná“ (opět zpochybnění – nadupaná rocková parta produkuje teskné a temné skladby se strašnými texty). „A texty ve školní angličtině to jen potvrzují. Nicméně dialogy mužského zpěvu a dívčího vokálu mají něco do sebe, energie nechybí“ (zřejmě těm teskným skladbám od nadupané party), „odhodlanost je sympatická a potenciál by tu určitě byl.“ (Věštění budoucnosti s ohledem na vlastní prospěch). „Jen ho využít“.
2,5/5 – grafické hodnocení[90]

Obdobnou formu můžeme nalézt i u recenzí literárních, divadelních, hodnocení restauračních zařízení (jak vypadá interiér – jak tam vaří – kolik stojí pivo – jak rychlá je obsluha) apod. Zkracující se délka samotných hodnocení, upřednostňovaná ve prospěch jejich množství, dopřává zkratkovitým obsahově chudým „výstřelkům“ autora.

[90] KOCÁBEK, A. Nenie: Save Your Individuality. *Rock&Pop*, srpen 2006, 16.roč. , strana 61. ISSN 0862-7533

Historický exkurs

Podobný mustr pro kulturní recenze uvádí i Václav Černý, ve svém díle „Co je kritika, co není a k čemu je na světě“ z roku 1968, a dává tak na srozuměnou, že obsahová podobnost není u subjektivních žánrů žádnou novinkou poslední dekády, a že problematika psaní podle šablony je dlouhodobějším trendem. Pro literární kritiku uvádí tento vzor, který lze užít i na kritiku obecnou, a ve zkrácené formě obsahuje všechny tři výše nastíněné části recenze (úvod, stať, závěr). „Kritikův úkon počíná mimikou prožitku umělcova (Rivers Cuomo se v textech zaobírá svým zamindrákovaným nitrem a zpackanými vztahy, bubny bouřliváka Romana Lomtadzeho jsou nečekaně střídmé, post-punk s výlety do gotického rocku i emocore prozrazuje vcelku pevné názory), pokračuje soudem o tom, jak se skutečností vyrovnal, tj. soudem o jeho pravdivosti (páté album patří k těm lepším, skoro se zdá, že ty nejlepší mince z národní pokladnice pánové rozházeli po předchozích albech, zaměnitelnost s kýmkoliv jiným je nebezpečná) a vrcholí dilatací jeho individuální a částečné intuice obecného smyslu života vůbec, aby byl umělec touto nejobecnější podobou svého vztahu k životu znovu souzen.“[91] (Návrat se tedy koná, i když ne právě ve velkém stylu, odhodlanost je sympatická a potenciál by tu určitě byl. Ani líp, ani hůř než předchozí repertoár).

Obsahová podobnost a psaní podle šablony je jen jedním z aspektů, které si subjektivní žánry převzaly z minulých dekád, a jejich rozvoj v příhodné době postmoderny rozšířily na objektivní pravidlo pro výstavbu textu. Uctívání schémat, do kterých se pouze zasazují nové a čtenářsky (divácky, posluchačsky) zajímavé individuální příklady, je mnohem staršího data – vzpomeňme jen na schémata pro výstavbu řeckého dramatu, Diderotovy osnovy pro hereckou profesi, schémata realistické literatury, nenapadnutelné architektonické styly, šablonovitost portrétního malířství aj. Každé samostatné umělecké dílo představovalo jen manifestaci schématu, které bylo uctíváno. Masová kultura tuto šablonovitost v postmoderní kultuře přebírá, a opět ji staví do role pravidla, přičemž ale vytváří o poznání složitější síť variací, neboť variace mohou samy opět variovat, měnit se mohou i samotná schémata a významy mohou proudit i protichůdně. Vytváří se jakýsi „upgrade“ již známé schematičnosti a seriálovosti, v němž hlavní roli hraje postavení v síti.

[91] ČERNÝ, Václav. *Co je kritika, co není a k čemu je na světě.* 1. vyd. Brno: Blok. 1968. 81s. ISBN 47-007-68 str. 76, do závorek vloženy pasáže z předchozích recenzí, zdroje viz výše

Proč je nyní dvojice „obsah-forma“ již nevyhnutelná a fatální, a jak se liší od výše zmíněných manifestací v různých historických epochách, je pojednáno v závěru práce.

Přední autoři zabývající se vývojem kritiky v čase poukazují i na další průvodní znaky tohoto žánru, které byly cílem kritiky čtenářské obce již v minulosti, jejich rozvoji a postupnému sílení však nebylo možné zabránit. Přemysl Blažíček poukazuje např. na vnější a vnitřní tlaky, které podobu výsledného produktu určovaly po celou dobu fungování Literárních novin, a které dnes (na základě „nepsaných pravidel“, šuškandy mezi publicisty téhož zaměření a lavinového efektu spuštěného aktuálním módním trendem (tento interpret bude v nelibosti ať utvoří cokoliv) fungují dodnes): „Jde především o odborné kvality literárního a kulturního časopisu, kterým Literárním noviny byly. Jaké ukázky z původní tvorby hlavně jaké kritiky a recenze uveřejňovaly? Je možné se přít o úroveň jednotlivých příspěvků, těžko je však možné se přít o to, že místo náročné kritičnosti tu vládla vzájemná ohleduplnost, ústupky a kompromisy na jedné straně, na druhé straně se stěží připouštělo „vybočení z řady“. Že prostě i zde vládla politika, a to v podobě politikaření ve jménu jakési falešné jednoty“[92].

Sepjetí s předsudky a pověrami, které subjektivní, více literární, než-li publicistické žánry, provázely již od romantismu, naznačuje ve své Anatomii kritiky i Northrop Frae, jenž uvádí do souvislostí očekávání čtenáře, zaujatost kritika tlačeného tímto očekáváním a hodnotou uměleckého díla, která je všeobecně vnímána jako záležitost možná posuzování. Tedy jako věc (hudební dílo, obraz, verš), která v sobě již obsahuje objektivní pravdu, jejíž nalezení je stejně blízko čtenáři jako kritikovi. „Zlatým věkem anti-kritické kritiky byl konec devatenáctého století. Některé z tehdejších předsudků přetrvávají dodnes. Snaha získat si veřejnost přímo, prostřednictvím „populárního“ umění, předpokládá, že kritika je něco umělého a vkus veřejnosti něco přirozeného. Stojí za ní předpoklad přirozeného vkusu, který sahá až k Tolstému a romantickým teoriím a spontánní „lidové“ tvořivosti.“[93] Frae tak potvrzuje domněnku, že „přirozený vkus“ je jen historickou mýlkou, kterou však média ve svém vlastním zájmu živí, a vkus je mnohem více módní záležitostí a aktuálním trendem než konsensem dějin. Frae k tomu dodává: „..oba přístupy mylně předpokládají nějakou souvztažnost mezi hodnotou umění a mírou reakce veřejnosti... pravdou však

[92] BLAŽÍČEK, Přemysl. *Kritika a interpretace*. 1. vyd. Praha: Triáda. 2002. 510s. ISBN 80-86138-46-1 str. 302

[93] FRAE, Northrop. *Anatomie kritiky*. 1. vyd. Brno: Host, 2003. 440 s. ISBN 80-7294-078-3.str. 19

zůstává, že žádná skutečná souvztažnost mezi hodnotou umění a jeho přijetím veřejností neexistuje.“[94]

Úkolem kritiky, ležící uprostřed těchto dvou pólů (dílo, čtenář), tedy nemusí být stálé vyvažování jejich poměru (neuškodit dílu a zároveň se zavděčit čtenáři), ale pozornost může být zaměřena již pouze na čtenáře (zavděčit se čtenáři). Míru reakce veřejnosti na daný umělecký počin (nová deska, kniha) nelze dost dobře předvídat, svévole referování o něm je tak mnohem otevřenější a poplatná těm aspektům, které „tlačí sama média“(např. referování o kvalitativně pochybných počinech V.I.P. osobností).

Ještě dále do minulosti vzhledem k odkazům na kritizované postupy subjektivních žánrů zachází Oscr Wilde, který ostře napadá kritiku přelomu 19. a 20. století: „Nač mají ti, kdož nedovedou tvořiti, osobovati si určování ceny díla tvůrčího? Co mohou o něm věděti? Je-li dílo nějak snadno pochopitelné, je výklad zbytečný. V nejlepších dnech umění nebyl žádných uměleckých kritiků“[95], a pokračuje soudy o žurnalistické nutnosti vybírat si lákavou povrchovou formu, která přivábí čtenáře: „Moderní žurnalismus ospravedlňuje svoji vlastní existenci velikým Darwinovým zákonem, že vždy nejvulgárnější vše přežije. Učená řeč je buď znakem domýšlivosti nevědomcovy nebo řemeslnosti člověka duševně nečinného“.[69] Již ve své divadelní hře z roku 1909 poukazuje na ryze subjektivní ráz kritiky a recenze, která odkazuje sama k sobě: „Rozdíl mezi dílem objektivním a subjektivním záleží pouze ve vnější formě. Je nahodilý, nikoliv podstatný… Kritik nemůže býti spravedlivý v obyčejném smyslu tohoto slova. Jen o věcech, které nás nezajímají, můžeme podati opravdu nepředpojatý úsudek, což je bezpochyby příčinou toho, že nepředpojaté úsudky jsou vždycky naprosto bezcenné…. Kdo vidí obě stránky nějaké otázky, nevidí obvykle naprosto ničeho.“[96] Nakonec předjímá vývoj kritiky v nastupujícím dvacátém století: „Vliv kritikův bude záležeti na pouhém faktu, že existuje. Bude představovati čistý typ. V něm dojde kultura století svého stělesnění. Nesmíš na něm žádati, aby měl jiného účelu, vedle svého vlastního zdokonalení…“[97]

[94] tamtéž
[95] WILDE, Oskar. Kritiku umělcem. 1909, bez dalšího určení, str. 18
[96] Tamtéž str. 71
[97] Tamtéž str. 84

Zpět k médiím v době postmoderny

Rozvoj elektronických médií, a jejich obsahů distribuovaných zdarma, natlačil zájmová tištěná periodika (např. ta hudební) do situace mobilizace veškeré energie pro konkurenční schopnost ekonomického přežití. Prestižnost, která jim dříve zaručovala čtenářskou obec, přestala být rentabilní. Stránky věnované inzerentům se musely rozšířit, zároveň ale nebylo možné zvýšit počet celkových stran (náklady na tisk), ani snížit počet rubrik (např. 50 recenzí v každém měsíčním čísle), které byly čtenářsky vděčné. Řešení nabídla aktuální situace, za které se nabízí stále stejný počet recenzí jako např. před 10 lety, jejich délka je ovšem třetinová, někde i kratší. Místo, které by ve prospěch textu mohlo být využito, je věnováno obrazovému materiálu, jehož schopnost zachytit pozornost je vždy o to silnější, oč je čtenář pasivnější.

Elektronická versus (a plus) tištěná

Elektronická média v tomto smyslu zaznamenala potencionalitu dát textu nezbytný prostor (autor obvykle není znakově omezen), a přesvědčit tak čtenáře o své prestižnosti a především důslednosti v (meta)referování ve vztahu k médiím tištěným. (My všechno rozebereme kousek po kousku a nedodáme vám jen zkratkovitá hesla). Zároveň však na svou stranu nedokázala přilákat autory, jež svou pozici na trhu již během let natolik ukotvili, že se sami stali vyhledávaným zbožím a značkou kvality. Stalo se tak především vzhledem k ekonomické situaci v elektronických médiích (autoři internetových hudebních recenzí na specializovaných serverech nedostávají honorář). Pokud „prověření“ autoři v elektronických médiích publikují, pak pouze proto, aby posílili svou pozici v médiu tištěném, které je zaměstnává. Autoři recenzí v elektronických médiích (např. musicserver, musiczone, muzikus) se tak snaží přesvědčit čtenáře o své výjimečnosti (dané právě působením na internetu) za účelem průniku do médií tištěných (placených), přičemž následné setrvání v nich (poptávka po autorovi spojená s nákupem tiskoviny) je dáno posilováním vlastní pozice opět na internetu. Autor (kritik) musí tedy být osobností vskutku postmoderní, neboť stále hraje na dvě protichůdné a zároveň se doplňující strany, přičemž jako chameleon stále mění barvy podle prostředí, ve kterém se právě vyskytuje (demonstrace této schopnosti je druhou částí obsahové analýzy v příloze práce). Řešením by jistě bylo zavedení českého zpoplatněného internetového serveru o hudbě, na kterém by za klasickou odměnu pracovali přední autoři, kteří by nebyli omezeni délkou (a do jisté

míry ani výběrem) textu. Projekt, o kterém se hovoří již několik let, by ale vyžadoval silného reklamního partnera (jehož přítomnost by prestižnost celého projektu opět oslabovala), navíc podle průzkumů trhu není o projekt tohoto typu mezi většinou čtenářů zájem. Internet coby zdroj zábavy je vnímán jako služba poskytovaná sice za úplatu, všechny její obsahy by ale měly být zdarma (obdobně jako vstup do zábavního parku), výdej peněž je pak spojený s nákupem něčeho hmatatelného (tisk).

Vábení povrchovými formami

Stálá obměna povrchových forem, přičemž struktura obsahu nevybočuje z ustáleného a čtenářem předpokládaného schématu, který je do jisté míry dán prostorem v kritice (co je nutné říct na úkor čeho), je tedy módní záležitostí a jako taková podléhá zákonům módního trhu. Povrchové formy je třeba stále obměňovat, předvídat nasycenost cílového konzumenta a přicházet s „novými tvářemi"(autoři i formy referování). „Přes veškerou současnou zálibu v kvalitě a spolehlivosti pramení úspěch výrobku do značné míry z jeho designu, prezentace a obalu...Včera jako dnes platí, že zákazník si zčásti vybírá v závislosti na vnější stránce věcí: umění designu má před sebou dlouhou kariéru."[98]Čtenář sice hledá kvalitní a spolehlivý zdroj informací, ten však nalézá v momentě, kdy u daného autora nechybí nic z klasického obsahu (kdo udělal co, prvotní názor, grafické hodnocení apod. – potvrzení schématu). Selekcí výběru poté dochází k autorovi, jehož povrchová úprava textu nejkvalitněji naplňuje prvotní a nejdůležitější složku „hry" – zábavu. Její míra a forma podléhá módním trendům, jejichž akcelerace a stálá obměna vede k otupování všímavosti čtenáře (podobně jako první reality show vzbudily velký ohlas a polemiky o etice, ale průměrně za 5 let již přestaly televizní diváky udivovat, tak se i čtenář recenzí nad některými slovními obraty nebo obsahovými paradoxy již nepozastaví. V předchozích příkladech např. autor nazývá Čáslav vesnicí, členové skupiny Weezer jsou v úvodu uráženi (staří obrýlenci vypadající jako šprti a patřící do starého železa).

Tato nevšímavost opět posiluje pozici „hravých žánrů", které se ve své podstatě zdokonalují a účinněji vábí pozornost čtenáře: „Nutným protějškem vábení je nevšímavost. Jejich vzájemné vztahy jsou velice složité. Aby mohl být člověk zváben, musí být

[98] LIPOVETSKY, Gilles. *Říše pomíjivosti (Móda a její úděl v moderních společnostech)*. 1. vyd. Praha: Prostor, 2002. 446 s. ISBN 80-7260-063-X str. 254

nevšímavý.“[99] Činnost vábení je typická pro veškerý průmysl spojený s módními trendy. Získávání pozornosti je úzce spojeno s ekonomickým profitem (prodej nové kolekce šatů, prodej pozornosti inzerentovi) a důraz na co nejúčinnější vábení je proto nasnadě. „Vábení, tato zázračná prostota otevřenosti, nenabízí nic než prázdnotu, donekonečna se rozevírající před kroky toho, kdo je váben, nic než lhostejnost... je příliš důrazná, než aby bylo možné jí vzdorovat, a příliš dvojznačná, než aby ji bylo možné rozluštit a podat její definitivní interpretaci“,[35] dodává Foucault. Úspěšnost procesu vábení je nezbytným předpokladem pro pohyb v módním průmyslu (který není apriori spjat pouze s ošacením), a který subjektivní vydává za objektivní, a sám sebe ospravedlňuje bez zjevného propojení příčin s důsledky. „Humoristický kód strhl rovinu informací do víru nezkrotné a hravé logiky módy“[100], informační náplň kritiky se stává „bonusem“ nikoli zásadní stavební složkou. „Módní a všeobecně uznávané literární soudy sice budí dojem objektivnosti, ale nic víc.... Nová metoda se však nakonec vždy ukáže jako pouhá iluze dějin vkusu“[101], kritické hodnotové soudy současnosti jsou proto pouze projekcí soudů společenských, a pojem autora se rozpadá do mnoha složek, které ovlivňují výsledný módní produkt (více v kapitole Autor jako diskurz). Podle Northropa Fraye, který se zabýval analýzou moderní literární kritiky, proto již „neexistuje způsob, jak odlišit skutečnou kritiku, jež nám literaturu (hudbu, divadlo a umění obecně, pozn. autora) zpřístupňuje, od toho, co patří k dějinám vkusu a co se řídí vrtkavostí módních předsudků.“[102] Historické cykly vytříbenosti se stále rychleji a pružněji střídají, informační náplň sdělení se stále vyprazdňuje. Prozatímním, ale určitě ne posledním pomyslným vrcholem v tomto ohledu je ten typ kritiky, který o produktu (deska, koncert, představení, kniha) neříká prakticky nic faktického a jeho jediným cílem je vábení pozornosti na svou formu.

„Náš vztah k vědění je tak stále pružnější: víme hodně věcí, ale skoro nic solidního, ustáleného a uspořádaného. Sepjetí informací s faktičností a aktuálností je vystavuje působení módy. Z valné části se přetvářejí v souladu s příkazy podívané a svůdnosti.“ [103] „Poctivá“ média, která svou pověst zakládají na objektivitě, tradici a etickém kodexu, a která odmítají módní mediální diktát, dlouhodobě neuspějí v konkurenci těch, kteří vábí

[99] FOUCAULT, Michel. *Myšlení vnějšku*. 2. vyd. Praha: Herrmann&synové, 2003. 303 s. ISBN neuvedeno str.47
[100] LIPOVETSKY, Gilles. *Říše pomíjivosti (Móda a její úděl v moderních společnostech)*. 1. vyd. Praha: Prostor, 2002. 446 s. ISBN 80-7260-063-X str. 362
[101] FRAE, Northrop. *Anatomie kritiky*. 1. vyd. Brno: Host, 2003. 440 s. ISBN 80-7294-078-3. str. 37
[102] Tamtéž str. 24
[103] LIPOVETSKY, Gilles. *Říše pomíjivosti (Móda a její úděl v moderních společnostech)*. 1. vyd. Praha: Prostor, 2002. 446 s. ISBN 80-7260-063-X str. 355, 358

pozornost. Ekonomická situace jim dovolí přežít pouze v případě, že ve své kategorii nemají konkurenta, který by je v jejich cílové skupině dlouhodobě reálně ohrožoval (The Financal Times), nebo je jejich důraz na neskandálnost opět pouze přechodnou módní záležitostí vyprodukovanou jako reakce na aktuální poptávku po médiu tohoto typu. (cca do roku 2003 z tohoto principu „žil" celostátní hudební časopis Rock&Pop). „Ideál poctivosti a zodpovědnosti je v pořádku, ale není s to zarazit síly trhu a dynamiku informací, která jakoby „geneticky" vede k privilegizaci nového a neobvyklého."[104]

Aplikace šablonovitosti subjektivních žánrů na Lewisovu definici konvence

Dodržování pravidla obsahové stálosti a šablonovitosti ve psaní je tichou a nepsanou dohodou ve společenství autorů subjektivních „hodnotících" žánrů typu recenze a kritiky, neboť, ač se mohou v určitých aspektech považovat za konkurenty na trhu práce, konvencí v dodržování šablon pro recenze a kritiky se pevněji uchycují v mocenské struktuře svého média a jeho okolí. „Existují nepostřehnutelné citace, jichž si není vědom ani sám autor, které jsou ale normálním projevem hry uměleckého ovlivňování. Existují rovněž citace, kterých si autor je vědom, ale spotřebiteli by měli uniknout. V těchto případech jde obvykle o banální plagiátorství."[105]
Fixace pravidelnosti v jednání zde slouží neverbální komunikaci mezi jednotlivými autory napříč médii (jakožto institucemi), kteří potvrzením správnosti statusu svého jednání kruhově odkazují sami k sobě (společné jednání ospravedlňuje společné jednání).

Pravidelnost při aplikaci šablonovitosti, osobní exhibice a módní slovní kreace při vytváření subjektivních novinových žánrů jsou konvencí ve společenství autorů těchto žánrů (článků) tehdy, když:

1. každý člen společenství píše podle předem nastavených a převzatých šablon od svých kolegů, preferuje módní kreace a osobní exhibici před novostí obsahu (obměna povrchových forem bez změny obsahu)
2. každý věří, že ostatní toto dodržují (čím posilují navzájem svůj mocenský vliv)

[104] LIPOVETSKY, Gilles. *Soumrak povinnosti (Bezbolestná etika nových demokratických časů)*. 1. vyd. Praha: Prostor, 2002. 311 s. ISBN 80-7260-008-7. str.263
[105] ECO, Umberto. *Meze interpretace*. Praha: Karolinum, 2004. 1. vyd. 330 str. ISBN 80-246-0740-9 s.98

3. toto přesvědčení je pro každého dobrý a rozhodující důvod k tomu, aby sám dodržoval výše nastíněné postupy: je to praktický důvod (který spočívá v určitém způsobu jednání) i kognitivní důvod (protože dodržování těchto postupů spočívá v určitém způsobu vytváření přesvědčení)
4. členové společenství preferují stav, v němž všichni zachovávají výše nastíněný stav spíše než stav, v němž téměř, ale ne úplně všichni zachovávají tento stav (tj. preferují zapojenost všech do kruhového odkazování k oprávněnosti vlastního jednání spíše než stav, ve kterém někdo ze společenství „vybočuje z řady“)
5. výše nastíněná pravidelnost není jediná, která by mohla splňovat předchozí podmínky
6. ve společenství autorů je splnění předchozích podmínek společně známo (každý ví, že všechny podmínky platí, nebo alespoň nikdo není přesvědčen, že neplatí.)

Publicistika v područí literatury

Minimální sepjetí s faktičností s důrazem na maximální účinek na straně konzumenta tak posouvají subjektivní novinářské žánry mnohem blíže k literatuře, a ačkoliv se doposud v převážné míře jedná i literaturu non-fiction (a nikoli čistě fiction), jde stále pouze o publicistiku a s ní spřízněnou literaturu, nikoli o žurnalistiku.[106] Umělecká publicistika navíc s postupem času převzala většinu výhod literatury (čtivost, osobní preference, smyšlenky), a odhodila „nevýhody“ žurnalistiky (hledání fakt, osobní zodpovědnost za produkt). Jejím cílem je navíc totéž, co je cílem únikové literatury, která vzniká taktéž pod diktátem masové kultury – zadostiučinění z opakování: „Potěšení z iterace jsme označili za základ únikové literatury a hry, a nikdo nemže popřít ozdravnou funkci jasných a průhledných únikových mechanismů“[107].V aktuální situaci tak stále vyvolává dojem pravdy (či pátrání po ní), v momentě útoku na ní se ale dovolává faktu, že tomu tak není (viz předchozí citace). „Literatura se ustavuje v rozhodnutí ne-pravdy: představuje se výslovně jako klam, ale zavazuje se přitom vyvolávat účinky pravdy.“[108] U subjektivních

[106] Ilustrovaný encyklopedický slovník dokonce uvádí, že publicistika je „žurnalistická, případně spisovatelská činnost…“. Tedy, že jde o činnost buď objektivní- non fiction, či subjektivní – fiction, podle preferencí žurnalisty – spisovatele. Cit.KOŽEŠNÍK, Jaroslav a spol. (hlavní redakce Československé encyklopedie AV). Ilustrovaný encyklopedický slovník. Academia: Praha, 1982. 976s, ISBN 505-21-856 heslo publicistika

[107] [107] ECO, Umberto. *Skeptikové a těšitelé*. Praha: Svoboda, 1995.1.vyd., 417 s. ISBN 80-205-0472-9 s.268

[108] FOUCAULT, Michel. *Myšlení vnějšku*. 2. vyd. Praha: Herrmann&synové, 2003. 303 s. ISBN neuvedeno, str. 151

žánrů typu recenze je předem stanoveno (a od čtenáře se očekává že bude toto respektovat), že se jedná o formy ne-faktické a osobnostně-preferenční, zároveň však stále silněji aspirující na vyvolávání účinků, které toto popírají. Právě tím se publicistika přibližuje k literatuře, o které by se dalo vypovědět, že je „založena na skutečných událostech“. Foucault má za to, že „...právě proto se rozdíl mezi „romány“, „vyprávěními“ a „kritikou“ u Blanchota stále oslabuje“[109], neboť kritika jakožto diskurz vnějšku je jen „úzkostlivě přesné zaznamenávání zkušeností... pozornost se upíná k tomu, co tu již z této řeči existuje, co již bylo vyřčeno, vytištěno, co se již vyjevilo“[46]. Zkušeností, nikoli objektivně získaných faktů (tedy nikoliv stavů ale zkušeností s těmito stavy). Pozornost čtenáře se upíná k samotné kritice, která na dílu participuje ve svůj prospěch. Mluví (čím dál méně) o umělci, odkazuje ovšem k sobě – stejně jako literatura, která vypráví příběh (abstrahuje v ideálním případě z prvního řádu), strhává ovšem pozornost na sebe (já jsem literatura).

Prostor západní literatury je pro Foucalta něčím neutrálním, a „právě proto, že „já mluvím“(píši, referuji o věcech mého zájmu, pozn. autora) funguje jako rub „já myslím“(zvěstuji, předávám, ustanovuji, pozn. autora), je dnes – narozdíl od doby kdy bylo třeba zkoumat pravdu – nezbytné zkoumat tuto – fiktivní literaturu.“[110]. Jisté parazitování na vyšším žánru může recenzi (referování o referování o události) postavit na místo dalšího pomyslného článku v řetězci. Například za legendu či pověst – (referování o události), o které Foucalt píše: „Je ze své povahy bez tradice: dospívá k nám jedině skrze zlomy, stírání, zapomnění, míjení se, znovuvynoření. Od samého počátku ji nese náhoda. Nejprve zde musela být souhra okolností, která proti všemu očekávání přivábila pohled moci a výbuch jejího hněvu k naprosto neznámému jedinci.“[111] Narozdíl od druhého řádu (umělec si svá témata často vybírá skutečně do jisté míry „náhodně“, odtud mýtus „být políben múzou“ a náhlého procitnutí), u metareferování se však už nedá mluvit o situaci, která by byla „proti všemu očekávání“. Situace, která vzniká při samotném procesu psaní (a do jisté míry i v procesu výběru) je oproti svému předchozímu řádu informačně méně „nasycená“[112]– přivábení moci se dá předpokládat a předvídat. „Jedinečné postavení

[109] Tamtéž str. 46
[110] Tamtéž str. 38
[111] Tamtéž str. 135
[112] Flusser mluví v této souvislosti o pojmu informace jakožto o činění možného z nepravděpodobného. Tj. z universa možností se vybírá právě jedna, která je co nejnepravděpodobnější (nejnepředvídatelnější– tedy informačně nejbohatší). „Pravděpodobně a „nepravděpodobně“ jsou pojmy informatické, přičemž „informace“ může být definována jako nepravděpodobná situace: čím nepravděpodobnější, tím

literatury je pouze produktem určitého aparátu moci, který na Západě prostupuje ekonomii rozprav a strategie pravdy.“[113]

Subjektivní žánry a moc

Subjektivní žánry jakožto způsoby referování stojící mimo moc? Jejichž výsledná podoba je dána tlaky maximálně existenciálními či společensko-kulturními (zkušenosti, aktuální preference a očekávání recenzenta) nikoli však silně mocenskými (ekonomickými, hospodářskými)? Subjektivní žánry typu tištěné recenze, kritiky či polemiky, ale i TV polemiky (zrušený hudební TV pořad ČT 1 „Ladí–neladí“), internetové diskuze či rozhlasového rozhovoru s „nezávislým“ publicistou jsou všeobecně vnímány jako žánry, které jsou nejméně poplatné diskurzu moci[114]. Přesto jsou s ním právě ony silně spjaty a jejich vznik se váže na jejich vztah. Nezávislý publicista je mýtus, neboť už samotné vnímání pojmu publicisty jakožto samostatně se rozhodující individuality je mýtus (více v kapitole Autor jako diskurz). Jen žánry, které by stály mimo média (ve smyslu přenašečů sdělení), by mohly aspirovat na nemocenskou strukturu. V tom případě by ale nebyly žánry. Rádius jejich zásahu adresáta by byl o poznání chudší a blížil by se dialogickému rozhovoru. Uvnitř média neexistuje nemocenské místo, a žánry (typu recenze a kritiky), které mají tuto iluzi u konzumentů záměrně vyvolávat, jen posilují své postavení na trhu se zábavou (či zábavnou informací). Úspěšné vyvolaní efektu ne – moci (jehož účinnost může být potvrzena např. zpětnou vazbou v podobě bohaté diskuze pod internetovým článkem, jejíž první přispivatelné – hybatelé – bývají nezřídkakdy samotní autoři článku či jiní pracovníci média) posiluje mocenský vztah, který subjektivní žánry chovají ke svému médiu. Moc se zde navíc uplatňuje hned na několika rovinách, takže celková angažovanost všech složek moci se stává křehkou ale pevnou a neprostupnou strukturou.

---

informativnější“. FLUSSER, Vilém. *Do universa technických obrazů*. 1. vyd. Praha: Academia, 2001. 162 s. ISBN 80 – 238 -7569 -8. str. 21

[113]FOUCAULT, Michel. *Myšlení vnějšku*. 2. vyd. Praha: Herrmann&synové, 2003. 303 s. ISBN neuvedeno, str. 152

[114] „Diskurzem moci nazývám každý diskurz, který plodí vinu a díky tomu probouzí pocit viny v tom, kdo ji přijímá“ BARTHES, Roland. *Lekce*. In CHVÁLA MOUDROSTI. Bratislava: Archa, 1994, s.81-99. ISBN 80-7115-077-0 str. 83

Moc prostředku

Mocí prostředku míním nikoliv jen faktická omezení, která s sebou přináší nutnost referovat v dané formě (např. písemná) či rozsahu (počet znaků) ale i omezení, která se týkají samotného myšlení při procesu psaní a řeči ve všeobecné rovině. Nazveme-li skutečně subjektivním hybatelem právě vzniklou myšlenku, která sice vzniká na základě vnějších (sociální a kulturní prostředí, kolega v dialogu) i vnitřních (vrozené a získané dispozice, rozhled) faktorů, pak za její první otisk – v případě, že ji chceme šířit dál (a to i v případě vnitřního monologu), můžeme považovat řeč. Prostředek to vždy nesvobodný, normovaný, a ze své povahy přímo vybízející ke komunikačním šumům a dezinformacím. „V jazyce tedy nevyhnutelně splývá služebnost s mocí. Nazýváme-li svobodou nejen to, že se mohu vymknout moci, nýbrž také a především to, že nikoho nepodmaňuji, pak svoboda může existovat pouze mimo řeč.“[115] Foucault taktéž poukazuje na problematiku řeči, jakožto prostředku, který zastírá původní význam myšlenky tak silně, že v důsledku odkazuje (řeč) více sama na sebe (na formu i obsah) než na zamýšlené sdělení. „Tato skalnatá řeč, tato řeč, která se nedá obejít a které je vlastní zlom, sráz a rozdrásaný průběh, je tedy řeč kruhová, jež odkazuje k sobě samé a ohýbá se přes problematizaci svých hranic“.[116]

Řeč je prvním kompromisem a první nesvobodou v rámci subjektivního myšlení. Zároveň je řeč s myšlením spjata tak silně, že sama částečně vymezuje jeho subjektivní prostor (některé významy nemusejí být předávané řečí, jsou však zase omezeny jinými prostředky – např. obrazy) a diktuje mu jak myslet. „Řeč definuje prostor oné zkušenosti, v níž promlouvající subjekt vystavuje sebe sama, místo aby se vyjadřoval, a v níž směřuje k setkání s vlastní konečností“[117], doplňuje Foucault, který dochází k předpokladu, že předávání sdělení je kvůli omezením, která s sebou řeč přináší, již prakticky pouhým vířením řeči a referováním o vnějších okolnostech vzniku promluvy, nikoliv o vnitřních původních hybatelích: „...(řeč) není již diskurzem a sdělováním smyslu, nýbrž šířením řeči v jejím syrovém bytí, čirým rozvíjením vnějšku: subjekt, který mluví, nemá odpovědnost za promluvu (tím, kdo ji vede, kdo v ní něco tvrdí a soudí , anebo se v ní reprezentuje

[115] BARTHES, Roland. *Lekce*. In CHVÁLA MOUDROSTI. Bratislava: Archa, 1994, s.81-99. ISBN: 80-7115-077-0 str. 85. Dle Barthese je „jazyk zpracovaný mocí“ předmětem „první sémiologie“, tj. „takové, která umožňuje pochopit či popsat, jakým způsobem společnost vytváří stereotypy, to jest naprosté artificiality, které pak konzumuje jako vrozené významy“, tj. jako naprosté přirozenosti. Tamtéž str. 90

[116] FOUCAULT, Michel. *Myšlení vnějšku*. 2. vyd. Praha: Herrmann&synové, 2003. 303 s. ISBN neuvedeno. Str.24

[117] FOUCAULT, Michel. *Myšlení vnějšku*. 2. vyd. Praha: Herrmann&synové, 2003. 303 s. ISBN neuvedeno str.33

k tomu určenou gramatickou formou), nýbrž je insencí v prázdnu, v němž bez oddechu pokračuje neurčité rozpínání řeči.“[118]

Psaní je druhým kompromisem a druhou nesvobodou v rámci subjektivního myšlení, který jen posiluje kompromis řeči, a je typický pro tištěná média. Psát znamená uchopovat aparát řeči dalším normativním způsobem, který opět zpětně ovlivní možnost řeči a ta možnost myšlení. Tím se původní subjektivní smysl zastírá ještě silněji. U subjektivních žánrů typu recenze je toto zastření zásadnější, neboť touha po přesném vyjádření subjektivního pocitu má být ze své povahy silnější, než jak je tomu u objektivních žánrů, jejichž normativnost a šablonovitost (způsob referování, agenda setting) je zčásti již jejich součástí. O tom, jak řeč či psaní zpětně ovlivňují samotné myšlení se vedle Foucaulta zmiňují i další sémiologové, mimo jiné Gilles Deleuze či Ludwig Wittgenstein.

„Přesvědčivý hodnotový soud vychází z přímé zkušenosti, jež je základem kritiky, přestože je z ní navždy vyloučena. Kritika ji může objasnit jen prostřednictvím kritické terminologie, ta však nemůže původní zkušenost nikdy oživit ani zahrnout“[119]. Tedy: to, co chce hudební kritik o díle říci, stejně nelze obsáhnout aparátem řeči či písma. Hudbu by bylo efektivnější hodnotit zas jen hudbou – což je ostatně náplní práce dalších interpretů a muzikantů, nikoli kritiků.

Foucault má za to, že je potřeba odlišovat mocenské vztahy od vztahů komunikace jako takové, neboť ačkoliv je ve sdělování vždy zakódováno působení na druhého (na druhé), nejsou mocenské účinky komunikace přímo aspekty této produkce či cirkulace. Nesměšování mocenských vztahů se vztahy komunikace nemá u tištěných subjektivních žánrů ale význam (narozdíl např. od klasického dialogu), neboť se jedná právě o typ komunikace, který je zároveň mocenským vztahem. Stejně tak splývá Habermasovo rozlišení dominance, komunikace a účelné činnosti, neboť subjektivní referování (komunikace) je zde účelnou činností (přečti si mě), jejíž cílem je dominance (vyhledej mne znova). Jak Foucault správně doplňuje, „tyto tři (Habermasovy, pozn. autora) typy vztahů se vždy navzájem podporují a překrývají“[120]

[118] Tamtéž str. 37
[119] FRAE, Northrop. *Anatomie kritiky*. 1. vyd. Brno: Host, 2003. 440 s. ISBN 80-7294-078-3. str.46
[120] FOUCAULT, Michel. *Myšlení vnějšku*. 2. vyd. Praha: Herrmann&synové, 2003. 303 s. ISBN neuvedeno str. 211

Moc média

Mocí média rozumím především mocenské vlivy, které na výslednou podobu produktu působí z vnější fyzické strany autora (jakožto individuality), a které se zároveň dají připodobnit k vnitřní politice média a všeobecnému konsensu uvnitř dané tiskoviny (TV, rozhlasu, internetového poskytovatele). Ačkoliv roli autora vidím nikoliv jako roli fyzicky – individuální ale komplexně diskurzivní (viz kapitola Autor jako diskurz), zastavím se nyní u té části autora (diskurzu), která ovlivňuje sdělení se strany média jakožto instituce.
Média jakožto „nové mocnosti, které pořádají společenskou realitu“[121]zasahují nejen do výsledné podoby produktu (recenze, kritiky), ale i podoby prvotní (agenda setting), která je ve své celistvosti odrazem ostatních („vyšších“) mocenských vztahů, kterým média podléhají a kterým se zodpovídají. „Jestliže se objektivní společenská tendence v našem věku ztělesňuje v subjektivních temných záměrech generálních ředitelů, pak jsou tyto záměry původně záměry nejvýznamnějších sektorů průmyslu, ocelářství, naftařství, elektroprůmyslu, chemie. Kulturní monopoly jsou ve srovnání s nimi slabé a závislé.“[122] Kulturní (např. hudební) recenzi pak můžeme spatřovat v mocenských vztazích, kterými si proplétají mimo jiné zájmy hudebních vydavatelství. CD určená k recenzi, která vydavatelství zašle bezplatně do určeného média za účelem zviditelnění produktu svého interpreta, jsou závislá na písemných i ústních dohodách s nejvyššími představiteli média, jež mimo jiné zahrnují i ústní dohody o četnosti a podobě recenzí, v nichž se „svoboda“ autora vymezuje na možnost o věci (CD, autorově novém počinu) nereferovat vůbec, jde-li z jeho subjektivního hlediska o počin nevalné kvality a jako o takovém by o něm muselo být referováno. Tato „svoboda neříct nic“ je následně zaobalena do mediálního klišé „co za to nestojí, o tom přeci nebudeme vůbec psát“, ale je podmíněna jinou recenzí jiného autora (skupiny), který spadá pod totéž vydavatelství. Možnost negativní kritiky přesto stále zůstává do jisté míry otevřená, a jako taková není zcela regulovatelná, neboť přináší pro stále se otupující pozornost čtenářů nové vzrušivé podněty a v rámci spáčského efektu funguje jako reklama také. Neříct nic ovšem není v rámci tohoto mocenského vztahu možné, což je důvod, proč „personální a technický aparát je ve všech svých dílčích

[121] LIPOVETSKY, Gilles. *Soumrak povinnosti (Bezbolestn etika nových demokratických časů).* 1. vyd. Praha: Prostor, 2002. 311 s. ISBN 80-7260-008-7. str. 258
[122] ADORNO - HORKHEIMER. *Dialektika osvícenství.* 1. vyd. Praha: Oikoymenh, 2009. 246 s. ISBN 978 – 80-7298 -267-7. str.12

stránkách částí ekonomického mechanismu selekce“[123] ,a proč se „soukromá vysílání se chovají nesvobodně. Omezují se na apokryfní oblast „amatérů“, kteří jsou ještě navíc organizováni shora.“[63]

Zájmy hudebních vydavatelství se pak volně mísí a doplňují se zájmy inzerentů, zájmy nejvýše postavených členů instituce (osobní profit), i zájmy média na trhu (prestiž, kterou posiluje záměrné vyvolávání dojmu nestrannosti a objektivity). Všechny mocenské tlaky uvnitř instituce společně – a proti sobě - vytvářejí Foucaultův „pohled moci“, který k sobě vábí nepravděpodobné (tj. informačně bohaté, což je ve svém důsledku lépe obchodovatelné než předvídatelné) – což jsou především skandály, nové tváře, módní záležitosti. „Že by v řádu každodennosti mohlo být něco jako tajemství k odhalení, že by nepodstatné mohlo mít jistým způsobem důležité, zůstávalo vyloučeno až do chvíle, kdy na tomto nepatrném chvění spočinul čirý pohled moci.“[124] I proto v sobě neoficiální úmluvy mezi vlastníky vydavatelství a řídícími členy médií obsahují možnost o něčem pojednávat naoko proti ekonomické tendenci zvyšování zisků (např. v recenzi pohanit autora, jehož nové CD je právě na trhu a zájmem vlastníka, potažmo vydavatelství je ekonomický profit z prodeje), neboť to v důsledku všeobecné tendence k roztříštěnému vnímání, rychlému zapomínání a otupování vede ke stejnému cíli: zasouvání značky do paměti.

„Čím větší nátlak představuje udržení čtenářstva, tím více se každý ohání deontologickými požadavky: čím silněji převažují ekonomické povahy, tím více se vzmáhá problematika poctivosti a úcty k veřejnosti: čím více přímý přenos mění strukturu informace, tím zanícenější jsou debaty o pravdivosti a žurnalistické zodpovědnosti: čím více „sedmá velmoc“ prezentuje svůj vliv, tím více je diskuzí o nových hranicích povinnosti vůči pravdě a oprávněných mezích svobody vyjadřování“[125] Moc uvnitř instituce médií sice vede k jistým regulačním opatřením, která mají tento proces zmírňovat či eliminovat (etické kodexy novináře, závazné kodexy uvnitř média), vznik opatření samotných a důraz na jejich důsledné dodržování ovšem vede kruhově zpět k jednání, ze kterých vzešla. Zanícené sledování médií (ve smyslu sledování, zda je jejich jednání eticky čisté) je zároveň zvýšením zájmu o ně (čtenost, sledovanost) a tudíž dochází opět k senzachtivosti (která alespoň částečně a krátkodobě uspokojuje všechny mocenské strany) a touze upoutat

[123] Tamtéž, str. 124 a 125. Adorno v této souvislosti mluví o rozhlasovým vysílání, jeho teze lze však stejně dobře uplatit na tisk i jiné druhy médií.
[124] FOUCAULT, Michel. *Myšlení vnějšku*. 2. vyd. Praha: Herrmann&synové, 2003. 303 s. ISBN neuvedeno. Str. 145
[125] LIPOVETSKY, Gilles. *Soumrak povinnosti (Bezbolestná etika nových demokratických časů)*. 1. vyd. Praha: Prostor, 2002. 311 s. ISBN 80-7260-008-7. str. 257

čtenáře, čehož se nejsnáze – nebo nejefektivněji dosahuje zvýšením mocenských vlivů a ignorací etických kodexů. „Čím více se média sama kritizují, tím více se dostávají do popředí, čím přísněji se vedou mediální manipulace, tím více se novináři a informace stávají terčem mediálního zájmu. „Sedmá velmoc“ se vyzbrojuje sama.“[126]

Takové mravnostní a normativní požadavky na novinářskou etiku jsou sice pro jejich členy závazné smluvně – ve vztahu k médiu či řemeslu – nikoliv však právně. Kodexy, které kruhově odkazují sami k sobě a posilují svou moc v systému samokontroly médií, jsou navíc účinnou „nálepkou“ na skutečná možná represivní opatření. Lipovetsky k tomu dodává: „Za novými deklaracemi povinností tisku se de facto skrývá odhodlání vyhnout se novým zákonným opatřením, která by omezila právo na informace. Tváří v tvář nesčetným excesům médií, zvláště průnikům do soukromí, vyvstávají hrozby z toho, že vlády – za podpory veřejného mínění – předloží nové zákony a zostří sankce za provinění. Za těchto okolností jsou z pohledu tisku sebeovládání a kodexy náležitého chování lepší než zásah státní moci, který by mohl omezit svobodu informací.“[127]

O tom, jak výsledný mediální produkt ovlivňuje moc média a především mocenské vlivy, které na něj působí zvnějšku, se sami pracovníci médií nezmiňují. Tichou dohodu považují za samozřejmost, která se čtenáře nijak netýká. O jistém nátlaku ze strany hudebních vydavatelství se přeci jen ve své době zmínil šéfredaktor nejprestižnějšího českého webového portálu o hudbě Honza Balušek: „Mezi čtenáři, zdá se, často panuje dojem, že vydavatelstvím stojí za to nás uplácet, abychom napsali pozitivní recenzi. Možná to některé překvapí, ale nestojí. Za celou dobu šéfredaktorování musicserveru jsem se s přímou nabídkou podobného úplatku nesetkal. S opačným případem (*Kdyby ta recenze byla moc negativní, tak to, prosím tě, radši nevydávejte*) ano, ale peníze či sklenice alkoholu za pozitivní článek nám nikdo nikdy nenabízel (nebo o tom nevím). Ne snad, že bychom je přijali...“[128] Kauza uplácení zaměstnanců rádií gramofonovými firmami se v USA řešila v roce 2005 (vysílání písní za úplatu), jejím následkem byly prudké výkyvy na burze a paralelní odchod inzerentů i posluchačů ke konkurenčním médiím. Hudební vydavatelství bylo postiženo pokutou 10 milionů USD, postiženy byly i zbylé top vydavatelské společnosti z „velké čtyřky“ - Warner Music, EMI a Universal Music.

[126] Tamtéž str. 262
[127] Tamtéž str. 261
[128] BALUŠEK, Honza. *Pět nejčastějších omylů čtenářů Musicserveru* (online). Praha: IMEG s.r.o.,19.05.2008 [cit. 14. 7. 2010]. Dostupný z WWW: http://musicserver.cz/clanek/22271/Pet-nejcastejsich-omylu-ctenaru-musicserveru. ISSN 1803-6309

Moc autora

Mocí autora (ve smyslu jedné píšící individuality) myslím především jeho „volnou ruku“, která mu jako jediný orgán ze stísněného diskurzu moci, který ho jinak obepíná, zbývá k volnému užití. Způsob referování o dané problematice (nové album hudebního interpreta) je onou mocí na straně autora – individuality, která je směšována se skutečně nezávislým subjektivním psaním. Podoba produktu, který se dostává do rukou autora – individuality, je již natolik mocensky zastřená, že v posledním bodě jeho utváření (čímž myslím proces psaní samotného, ačkoliv sepsaný produkt v praxi dále podléhá mocenským tlakům v podobě cenzury šéfredaktora, editora apod.) je způsob referování o události již libovůlí autora (jednoho píšícího subjektu), a ačkoliv zde mluvím o „libovůli“, i ona je vědomě či podvědomě formována mocenskými vztahy.

Úhrn moci autora samotného je vzhledem k ostatním tlakům zanedbatelný, a jako takový se snaží být posilován, neboť statut „autora“ je obchodovatelný na trhu s prací a mocí stejně jako jiná zaměstnání. „Má se za to, a sami novináři to vydatně živí, že jde o elitní soubor jedinců vybavených nějakou těžko definovatelnou vyšší mocí věci a jevy spatřovat, popisovat, skládat vedle sebe a hodnotit. Nevím přesně, kdy tento mýtus vzniknul, ale bude jistě pradávný. Možná pochází z dob většinové národní negramotnosti, kdy býti novinářem znamenalo automaticky být vzdělancem. To už dávno neplatí.“[129]A protože diskuze nad relevancí subjektivních žánrů v médiích sílí (viz etické kodexy), je třeba svou pozici zpětnovazebně posilovat, a v diskurzu moci se ve vlastním zájmu co nejpevněji usazovat. Obměna povrchových forem sdělení tedy musí být pro cílového konzumenta vždy přitažlivá (viz. recenze jako móda), nefádní a novátorská, což vede k autocenzuře vlastních „morálních“ zájmů. Konstrukce reality veřejně známé osobnosti se tak z hlediska autora „přesýpá“ od skutečných názorů a myšlenek na dodaný produkt (CD, kritika vystoupení) na stranu, která zajišťuje samotné bytí autora. Mocenské vlivy uvnitř médií se v rámci (nejen) subjektivních žánrů staly již tak hustou sítí, že autocenzura autora vedoucí k „nákupu své vlastní osoby“ (způsob jak se držet v síti) je prioritnější záležitostí než skutečný a zamýšlený hodnotový soud. Úlohou recenzenta je potvrdit schéma masové kultury, která jej umožňuje a udržet se v mocenské struktuře, která jej podporuje. Výsledná podoba mediálního výstupu (recenze, kritika) je potom výsledkem působení mocenských

[129] ŽANTOVSKÝ, Petr. *Hrobaři, ratlíci a čáryfukové.* 1. vyd. Praha: Votobia, 2002. 120 s. ISBN 80-7220-130-1. str. 10

vlivů i schopnosti autora (individuality) udržet se v této síti. Posláním recenzenta je tedy především profitovat pro sebe (pro svůj diskurz). To je také jedním z důvodů, proč odborné články nepíší odborníci v daném oboru, ačkoliv tyto požadavky zaznívají v posledních letech stále silněji a jsou předmětem debat mezi laickou veřejností i novináři.
Odborné recenze, kritiky a klasické články sice vykazují vyšší informační bohatost, nenaplňují ale základní kritéria módy, hravosti a schopnosti šokovat. Cílem odborníků (odborníků ve svém oboru – např. zpěváků, nikoli mediálních odborníků) není další nákup vlastní osoby ze strany čtenářů, jejich zachycení v mocenské síti je tedy mnohem menší, a jako takové je pro tiskovinu nepotřebné. Názory odborníků se uplatňují tam, kde fungují jako jednorázová módní záležitost, v rámci četného přispívání ale nefungují – nenaplňují svou funkci a navíc působí nadřazeným a diktujícím dojmem: „Odbornost a porozumění věci se dostávají do podezření, že jsou projevem domýšlivosti toho, kdo se považuje za lepšího než ostatní tam, kde přece kultura tak demokraticky rozděluje svá privilegia všem.“[130]

Moc autora závisí především na jeho vlastní schopnosti „udat se“ na trhu, což přímo souvisí se schopností ovlivnit čtenáře ve svůj prospěch. „To, co definuje mocenský vztah, je ve skutečnosti způsob jednání, která na ostatní nepůsobí přímo a bezprostředně, nýbrž který působí (ve druhém sledu, pozn. autora) na jejich vlastní jednání. Jednání působící na jednání, zasahují možná či skutečná jednání, přítomná či budoucí jednání.[131] Tedy: jednání autora, které je touhou po upoutání pozornosti, jež povede k aktivnímu prospěchovému jednání v budoucnosti (zakoupím se tento typ zábavy (média) znova), je skutečným typem mocenského vztahu, neboť přestože v prvním sledu je jeho cílem „pobavit“(vzdělat, kriticky se tázat), jeho hlavním důsledkem vždy musí být účinek na budoucí jednání (související s ekonomickým profitem) toho, kdo je tímto typem mocenského vztahu zasažen, a zároveň je vůči němu v podřízeném postavení (čtenář). Tento zásadní rys mocenského vztahu je typický u médií obecně, žánry subjektivního typu inklinující k literatuře jsou v něm však „zachyceny“ silněji, neboť „úhrn moci“ na straně autora – individuality i diskurzu (tedy jakési kumulované množství síly, jíž nadřízený působí na podřízeného) je vyšší, než v případě žánrů, které jsou ovlivněny zvenčí – zcela mimo dané

[130] ADORNO - HORKHEIMER. *Dialektika osvícenství.* 1. vyd. Praha: Oikoymenh, 2009. 246 s. ISBN 978 – 80-7298 -267-7. str. 135
[131] FOUCAULT, Michel. *Myšlení vnějšku*. 2. vyd. Praha: Herrmann&synové, 2003. 303 s. ISBN neuvedeno. Str. 215, 217

médium, a neutváří se tedy apriorně pouze v něm a v ohledu na něj (zprávy či články klasického typu musejí vyslechnout všechny zúčastněné strany, nesmí nezveřejňovat vlastní názory či zainteresovanost v tématice, a o dané událostí musí ze své podstaty referovat (alespoň zčásti) objektivně a navíc – vznik události samotné zvenčí přímo ovlivňuje jejich vznik, což u subjektivních žánrů nemusí platit – často se kritizují a polemizují recyklovaná díla).
Jde o ten typ mocenského vztahu, u kterého se „neužívá násilí, nýbrž se získává souhlas“[70], přičemž „souhlas“ zde není míněn jako gesto porozumění a hodnotového či pravdivostního souznění mezi autorem a čtenářem („s tímto výrokem recenzenta nemohu než souhlasit“), jako spíše jisté zadostiučinění, kterého se čtenáři dostalo (šok, pobavení, vytržení z letargie, móda), a které bude stvrzeno dalším „nákupem“ autora. Foucault se v tomto smyslu dostává až k substantivu „vládnout“, tj. „strukturovat pole možného jednání jiných“[70], což ovšem evokuje možnost zpětně trestat neposlušnost těch, kteří se danému typu vlády vzpírají (autora si znova již nikdy nezakoupí), což není pro média zrovna typické.

Vezmeme-li v úvahu všechny výše nastíněné podoby moci, které se vzájemně poplétají při procesu vzniku subjektivního žánru (textu), nemuseli bychom ani začít hovořit o osobě autora, aby bylo patrné, že mocenský vliv médií všeho druhu neumožňuje nikoli publikaci – ale již samotný vznik subjektivního mínění ve smyslu nezávislého referování. Metareferování je protkáno sítí mocenských vztahů, přičemž role recenzenta je pro konečnou podobu textu v tomto smyslu nejméně vlivným aspektem. I ona ale neprobíhá svévolně – subjektivně (ve smyslu pokusu o zachycení skutečného relevantního odborného názoru), neboť podléhá všem ostatním vlivům.

Přestože proplétání mocenských vlivů bylo již nastíněno, považuji za nutné uvést na pravou míru, co – či koho – míním, hovořím-li o autorovi.

Autor jako diskurz (ve své komplexitě)

Kdo nebo co se skrývá za pojmem autora, jehož role při vytváření díla hraje vždy kruciální roli? Jak dnes postmoderna vnímá původce děl – těch uměleckých, i těch, pracujících na další úrovní, referování? Jako souhrn mentálních pochodů právě jedné živé individuality,

jejímž jménem či jiným signifikantním znakem je dílo nakonec opatřeno, aby jeho zařazení a následná funkce coby zboží byla co nejsnadnější? Nebo jako pouze jednu z linií – jeden z prvků, který leží uvnitř historicky poplatného diskurzu (viz. Michael Foucault: Co je autor)? Nebo jako služebného prostředníka, který slouží dílu, a jehož role je dnes již tak podřadná, že se dá hovořit o jeho úplné smrti (viz. Roland Barthes: Smrt autora)?

Úvodem k prvotnímu autorovi - umělci

Úloha autora v procesu metareferování (kritik, recenzent, do jisté míry i teoretik umění) je jistě nejméně v několika aspektech odlišná od role autora původního uměleckého díla (skladatel, malíř, spisovatel) – při nejmenším by byla jeho „upgradem"ve všech výrazných zřetelích. Společné styčné body, které ve své práci a při procesu tvorby nacházejí kritik se „svým" umělcem, ale ozřejmují, že funkce zastírání původního smyslu (Adorno v tomto směru mluví o pravdivostní hodnotě) je silná, kontraproduktivní, a přesto nezbytná již na úrovni prvotního referování, kterým může být populární píseň stejně jako fotografie, hraný dokument nebo obraz. Umělecká díla se vyznačují svým podvojným charakterem, který do sebe vstřebává zároveň rysy trvání i aktuality[132].

Jsou „monádami bez oken představující to, čím sama nejsou"[133]- hledí na realitu, ale stojí jakoby mimo ni, ačkoliv se „rodí" právě z ní (tuto podvojnou závislost na realitě naznačuje vedle Adorna i Foucault). Jejich místo je na úrovni druhého řádu, výhod i úskalí své pozice jsou si vědoma, a přesto se snaží automaticky budit pocit svého umístění v řádu nadřazeném (realita), což je nakonec typické nejen pro ně, ale i pro každý další řád či stupeň (umění budí zdání reality, rozpravy o umění budí dojem umění, reflexe, které mají zjistit význam a budoucnost těchto rozprav se tváří jako hovory o umění samotném atd.). Tato touha „poskočit o stupínek výš" reflektuje snahu uniknout řádu níže postavenému. Tak umění uniká svému kritikovi ve snaze o potvrzení vlastního postavení v hierarchii, jeho přiblížení či dokonce splynutí se stupněm nižším (např. umění, které by zároveň nesloužilo jen samo sobě, ale pouze by reflektovalo a podrobovalo kritice nějaký jev z reality, by spadlo na úroveň referování, a jako takové by již nebylo podrobováno kritice (recenze na hudební vystoupení, které má silný politický podtext), ale samo by se jí stalo.) Nutnost umění vyhradit si nejlépe rovným dílem v sobě samém místo pro samoúčelnost i

[132] *„Umělecké dílo je zároveň proces i okamžik."* ADORNO, Theodor, W. *Estetická teorie*. 1. vyd. Praha: Panglos, 1997. 481 s. ISBN 80-902205-4-1.
[133] ADORNO, Theodor, W. *Estetická teorie*. 1. vyd. Praha: Panglos, 1997. 481 s. ISBN 80-902205-4-1 Str. 14

účelnost naznačuje v Estetické teorii především Theodor W. Adorno[134]. Zároveň se každý řád pokouší „odstrčit“ řád výše postavený – tj. ho do jisté míry „zboštit“, potvrdit jeho (a tudíž i své) postavení – „je důvod o tom mluvit“.

Jak druhý řád uniká svému následovníkovi, ačkoliv s ním zároveň počítá a potvrzuje jím své místo v hierarchii (a zároveň se ujišťuje že nestojí úplně „dole“ či nahoře - v případě obrácené pyramidy, ve které je vrchol realita a druhým členem první záznam reality, např. umění či rozhovor), a zároveň odsouvá vyšší stupeň, je patrné i na úvahách, které se zabývají jeho vlastním vztahem k realitě, a tento vztah je vždy zprostředkovaný. Cokoli stojí mimo prvotní řád musí ze své podstaty mít afirmativní, „lísavou“ a předpovídající povahu, celek takto utvořený pak musí být diskurzem vzniklým jako aktuální faktum všech sil, které na něj působí.(Umělcovy dispozice, očekávání, „ruce trhu“, zvyklosti, ovlivnění svými učiteli, módní trendy, společenská objednávka, nemálokdy i vazby na očekávání kritiků apod.). Výše nastíněný vztah mocenských vlivů funguje tedy nejen pro uměleckou kritiku, ale i pro umění samotné, což je právě tím styčným bodem, o kterém mluvíme: „…umělecké dílo má některé charakteristické rysy společné s jakýmkoliv jiným typem poselství, s nímž se nějaký autor obrací k příjemci (a které tudíž není možno uvažovat jako fakt, který si vystačí sám se sebou, protože musí být tak či onak pojat do systému vztahů.“[135] Umění „má svůj základ v nedostatečnosti toho, co se jeví jako dostatečné: nejen v jeho afirmativní podstatě, nýbrž i v tom, že kvůli sobě není, čím chce být.“[136]. Tj. pro své vlastní dobro se vzdává té své části, která je v něm autonomní (já), pro tu část, která je společenská (my). „Umění oponuje společnosti, a přitom není nicméně sto zaujmout stanovisko mimo ni.“[137].

Už umění (každé jedno dílo zvlášť či seskupené do jistých celků) je pouze diskurzem, který v sobě kromě něčeho, co je (nebo se alespoň zdá být) původní, zahrnuje i všechny ostatní společenské tendence, rysy a předpoklady typu „my“: „Práce na uměleckém díle je společenská skrze individuum, aniž si individuum musí být společnosti vědomo: možná tím více, čím méně si to individuum uvědomuje... Vždy zasahující jednotlivý lidský subjekt je sotva více než mezní hodnotou, něčím minimálním, co umělecké dílo potřebuje pro svou krystalizaci...Ve shodě s tím je zde klíčové to, že z uměleckých děl, i takzvaně

[134] Tamtéž str. 296*: Jejich společenská podstata potřebuje dvojí fixaci: jejich bytí pro sebe a jejich relace ke společnosti. Podvojný charakter uměleckých děl se manifestuje ve všech jejich projevech: proměňují se a odporují samy sobě*.
[135] ECO, Umberto. *Skeptikové a těšitelé*. Praha: Svoboda, 1995.1.vyd., 417 s. ISBN 80-205-0472-9 s.100
[136] ADORNO, Theodor, W. *Estetická teorie*. 1. vyd. Praha: Panglos, 1997. 481 s. ISBN 80-902205-4-1 s.212
[137] Tamtéž str. 178

individuálních, mluví my, a nikoli já...“[138] My je svědomí, které, ač subjektivní a vnitřní, je vždy odrazem něčeho vnějšího a objektivního. My je kritik, který mne bude soudit (stejně jako my je pro kritika čtenář, který ho bude číst a pro čtenáře třeba partner v komunikaci, se kterým bude o dané kritice mluvit). My jsou všechny tři časové roviny, se kterými umělec vědomě i podvědomě pracuje, a které vstřebává do svého díla stejně jako autor na následujícím řádu. My je historie i možnost číst tyto řádky. Jsou to všechny stopy dohromady, a právě v tomto bodě se princip umění přibližuje referování o umění. Vzbuzuje pocit, že tomu tak není (toto je přeci jen obraz židle stojící přede mnou, nic více, nic méně), ale je ustanoveno právě tím, že tomu tak je (obraz je nakreslen technikou, která vznikla až ve 20. století, jde právě o tento typ designové židle a ne o jiný, židle je umístěna v obývacím pokoji panelového pokoje a ne na dvoře statku a visí přes ní luxusní modrý svetr naznačující, že malíř, nebo někdo z jeho okolí je finančně zabezpečen – obdobný případ lze uvést i pro hudbu, literaturu atd.). „Celek sil vnesených do uměleckého díla, zdánlivě něco pouze subjektivního, je potencionální přítomnost kolektivu v díle, podle míry disponovatelných produktivních sil: obsahuje monádu bez oken. Nejdrastičtěji se to projevuje v umělcových kritických korekturách. V každé opravě, k níž se umělec cítí nucen, často v konfliktu s tím, co pokládá za své prvotní hnutí, pracuje jako agent společnosti, lhostejný vůči jejímu vlastnímu vědomí.“[139].

Už umělecké dílo je tedy silně zastřené vůči svému nadřazenému řádu. Jak je vůbec možné se dopátrat skutečně relevantní odpovědi na nastolené otázky („jádro věci“, pravdivostní hodnota díla), je-li kritika na úrovni třetího řádu zastřena vlivy a podmíněnostmi (viz níže) prakticky stejně jako umění, pohybující se o stupeň výše? „Tradice odráží historický vývoj, který se průběžně vyvíjí a mění společně s hospodářskými a společenskými strukturami. Vztah současného umění k tradici, který se mu často vyčítá jako ztráta tradice, je sám podmíněn změnou uvnitř této tradice“[140]Umění roste z dějin a samo je utvářeno dějinami. Je diskurzem, jistou společností celků, které jej tvoří, umožňují jeho vznik a zároveň osnují jeho zánik. „Umění se vyvíjí prostřednictvím společenského celku, to jest: prostředkováno vždy vládnoucí strukturou společnosti... dějiny umění se neskládají z jednotlivých kauzalit, od jednoho fenoménu k dalšímu nevedou žádné jednoznačné nutnosti. Dějiny umění lze označovat jako nutné pouze vzhledem k celkové sociální tendenci, nikoli v jejich

[138] Tatméž str. 220
[139] Tamtéž str. 64
[140] Tamtéž str. 35

jednotlivých manifestacích.“[141] Dějiny, postavené jako aktuální shluk a silové pole různých na sebe navzájem působících diskurzů, utvářejí umění, a sami určují nejen podobu tohoto vztahu, ale i jeho četnost či aktuální preference ve vzájemném vztahu.[142] I proto možná stojí hned v úvodu Estetické teorie ne příliš pozitivní shrnutí: „Stalo se samozřejmostí, že nic z toho, co se týká umění, není již samozřejmé ani v něm samém, ani v jeho vztahu k celku, dokonce ani v jeho právu na existenci.“[143]

Provázanost diskurzů neumožňuje jejich pohyb po síti

Nastínila jsem tedy postavení a roli původního autora. Zastření druhého řádu, který se původní realitě blíží nejvěrněji, je samo o sobě tak silné, že vede až k úvaze, zda-li další navrstvené zastření (další matoucí „stopy“), které se vyskytnou na dalším stupni v hierarchii (referování o umění), ve svém důsledku nepovedou kruhově zpět k realitě. Tedy, že role autora (např. kritika, recenzenta: o tom co je autor níže), referujícím o jiném autorovi, bude mít funkci odmetání těchto stop a navrstvených bočních digresí, a povede zpět k realitě. Že tomu tak není se nabízí hned z několik důvodů. Diskurz jiného řádu (dokonce ani ten, který pracuje ve stejné linii – tedy diskurz stejného řádu, ale jiných kvalit, např. kolega umělec) zřejmě nedokáže „vyčistit“ či „popostrčit“ jiný diskurz. Tak např. kritik nedokáže natolik „porozumět“ autorovi – umělci (ve smyslu diskurzu, jak popíši níže), aby ho lépe přiblížil realitě, než jak se o to pokusil za svých podmínek umělec sám – jednoduše proto, že kritikův aktuální diskurz má jiné podmínky pro fungování a jiné hranice a mantinely (Kritik: deska skupiny XY je strašně zastaralá a vůbec neodráží aktuální hudební trendy (vzhledem k Praze roku 2009 a očekávání čtenářů). Člen skupiny XY: naše nová deska je průkopnická a skrz naskrz originální (vzhledem k New Yorku roku 2008, předpokládané cílové skupině a nasmlouvaným podmínkám). Slovo kritika zde bude mít větší váhu, pokud cílem umělce je zprostředkovat dílo pro další článek (kupujícího), protože recenzent stojí v mediální sféře právě mezi těmito dvěma stranami. I proto je vztah umělce a „jeho“ kritika tak důležitý.

Druhým důvodem, proč diskurz na nižší (nebo jednoduše další) úrovni nedokáže „pomoci“ tomu nad ním, je ten, že sám není koncem řetězu, ale pod sebou váže další diskurzy, které

[141] Tamtéž str. 275

[142] Umění, které čerpá z antických odkazů, umění, které si libuje v anitumění 20. století, umění, které nechce být spojováno s žádným do té doby známým uměním apod. viz Adorno: *Vztah uměleckých děl k historii sám historicky variuje*. Tamtéž str. 395

[143] Tamtéž str. 9

jsou na něm závislé a ovlivňují ho (recenzenta ovlivňuje čtenář, čtenáře jeho komunikační partner, sociologického pracovníka, zpracovávajícího práci o trendech současných rozhovorů zase další diskurzy atd). Vzájemné vztahy navíc nefungují pouze jednosměrně, ale zároveň jsou provázané do podoby sítě a nikoli kruhu nebo pyramidy. Multiplicitní ráz myšlení a vztahového uspořádání nemá v postmoderně již kruhový nebo jasně vymezitelný (zakreslitelný) obrazec.[144] Protože je jeden diskurz sám vázán a „držen" ostatními, nemůže být nápomocen jiným. Navíc by se musel odprostit od své vlastní povahy diskurzu, a stát se čistě subjektivním, na okolnostech nezávislým původcem, tj. takovým, kterému např. Ronald Barthes zvěstoval smrt: „Autor se vytrácí jako figurína na kraji literární scény.. .psát znamená dosáhnout skrze předem danou neosobnost onoho bodu, ve kterém jedná, „performuje" pouze řeč, a ne „já"."[145]

K Foucaultově pojetí role autora v diskurzu

Co či kdo je tedy autor? A slovo autor zde můžeme nahradit slovem „původce sdělení", protože s malými modifikacemi se stejně tak může jednat o autora – recenzenta, nebo o autora – umělce. Kvůli zaměření své práce budu ovšem příklady uvádět na autorovi druhého řádu (stojícímu na třetí úrovni: realita – referování o ní – referování o tomto referování) – kritikovi, recenzentovi.

„Záleží na tom, kdo mluví? V negativní odpovědi na tuto otázku, prozrazující, jak je to lhostejné, kdo mluví, se utvrzuje možná ten nejzákladnější etický princip soudobého psaní. Téma ústupu autora se stalo pro kritiku každodenní záležitostí."[146]. Autor ve smyslu fyzického jednotlivce je skutečně mrtev (viz.Barthes), nezemřel však na základě historicky se proměňujících funkcí své osoby. Spíše skutečnou jednotlivinou, která může být charakterizována např. jednou fyzickou schránkou, nikdy nebyl. „Vztah psaní a smrti se také projevuje tím, že ustupuje do pozadí individuální charakter píšícího subjektu: píšící subjekt, všemi překážkami, které klade mezi sebe a to, o čem píše, mate všechny znaky

[144] FOUCAULT, Michel. Myšlení vnějšku. 2. vyd. Praha: Herrmann&synové, 2003. 303 s. ISBN neuvedeno. Str.101: „Multiplicita nemá nic ve smyslu centra, nejvyššího bodu nebo něčeho mimo sebe... Myšlení již neprobíhá v kruhu a nemá střed... str. 66: Naše doba je dobou, v níž prostor nabývá podoby vztahů mezi umístěními."

[145] BARTHES, Roland. Smrt autora (1968). In: Aluze, roč. 10, č. 3. 2006. Přložil Tomáš Jirsa z: „La mort de láuteur"(1968), in: Roland Barhes, *Le bruissement de la langue*, Essais critiques IV, Paříž, Éditions du Seuil 1984, s. 63-69.

[146] WAHL, Jean, převzato z Bulletinu Francouzské filosofické společnosti (Bulletin de la Société francaise de Philosophie), ročník 63, č. 3, červenec – září 1969, sv. LXIV. S. 73-104, uveřejněno v: FOUCAULT, Michel. *Diskurz, autor, genealogie.*. 1. vyd. Praha: Svoboda, 1994. 115 s. ISBN 80-205-0406-0. str.41

nepřítomnosti: ve hře psaní musí dodržovat roli smrti.“[147] Autor není mrtev a dílo není jeho vrahem („ dílo obdrželo právo zabíjet svého autora, stát se jeho vrahem“[148]), jen není a nikdy nebyl subjektem ve smyslu jednoho těla, jednoho píšícího člověka. Tyto údajné „překážky“ jeho tvorby nestojí vně subjektu – autora (či jednoduše subjektu), ale stávají se přímo ním. Ruka jsou schopnosti, talent a vlohy, nohy jsou vnější vlivy ostatních autorů, srdce je sociální, kulturní i politický kontext, žaludek je vydavatel a ekonomické vlivy „shora“, mozek je tím, co pořádá všechno dohromady – tedy zkušenosti, očekávání, premisy a všechny tři časové roviny, které autora ovlivňují atd.

Autor je diskurz ve své komplexitě. „Je třeba subjekt zbavit jeho původní zakládající role a analyzovat jeho roli jako proměnnou a komplexní funkci diskurzu“[149], přičemž důležitým adjektivem u tohoto Foucaultova výroku je „proměnný a komplexní“. Nejedná se ale o proměnnou a komplexní funkci (tedy roli, proměnnou – něco, co lze doplnit či rozložit na menší části) diskurzu, nýbrž o diskurz samotný. Autor nemůže tlumočit nějaký diskurz, který stojí vně něj nebo jehož by byl jen jednou ze součástí (jak Foucault naznačuje), ale sám je takovým komplexním diskurzem, který své umístění získává vzhledem k mocenským vztahům a postavením ostatních diskurzů (autorů - umělců, autorů – recenzentů, čtenářů...). To, že je pojem autora u Foucaulta problematický, naznačuje i D´Ormesson: „... to, co Michel Foucault pomocí jakéhosi krajně brilantního kouzelnictví autorovi odňal, totiž jeho dílo, to mu vrátil i s úroky pod názvem diskurzivity...“[150] a spornou roli Foucaultova autora „hledícího“ či reprezentujícího diskurz, který pohlcuje autora, a je vyšším správním celkem, komentuje i Miroslav Marcelli: „Jeho miesto (autora, pozn. autora) je v diskurze, kde jeho meno nie je iba jedným z prvkov, ale zabezpečuje klasifikačnú a delimitačnú funkciu a dokonca jeho sposob bytia. Ak má nejaký diskurz meno autora, vyčleňuje sa tým z iných diskurzov, ktorých poslaním je ostať anonymné.“[151] Jeho místo je v diskurzu, se kterým je tak těsně spjato, že samo je tímto diskurzem – neboť

[147] FOUCAULT, Michel. *Diskurz, autor, genealogie.*. 1. vyd. Praha: Svoboda, 1994. 115 s. ISBN 80-205-0406-0. str. 45
[148] tamtéž
[149] FOUCAULT, Michel. *Diskurz, autor, genealogie.*. 1. vyd. Praha: Svoboda, 1994. 115 s. ISBN 80-205-0406-0. str. 62
[150] D´ORMESSON, převzato z Bulletinu Francouzské filosofické společnosti (Bulletin de la Société francaise de Philosophie), ročník 63, č. 3, červenec – září 1969, sv. LXIV. S. 73-104, uveřejněno v: FOUCAULT, Michel. *Diskurz, autor, genealogie.*. 1. vyd. Praha: Svoboda, 1994. 115 s. ISBN 80-205-0406-0. str.62
[151] MARCELLI, Miroslav. *Michel Foucault alebo stať sa iným.*. 1. vyd. Bratislava: Archa, 1995. 133 s. ISBN 80-7115-099-1. str. 99

splňuje funkce klasifikační, delimitační a nakonec i funkce „způsobu bytí“. Bez autora diskurz není, alespoň ne vzhledem k němu.

Vyprodukování pravidel pro formování jiných textů (tj. produkce ještě něčeho navíc než jsou pouze autorovi texty – základní podmínka pro Foucaultovy „zakladatele diskurzivity“) je čitelné jen skrze tyto texty – tedy opět skrze autory. Zakladatelem diskurzu může autor být jen v momentě, kdy je jeho součástí, sám je diskurzem, a jako takový na sebe „vábí“ pohled jiných diskurzů a vzhledem ke svému specifickému postavení v úhrnu moci nutí ostatní diskurzy na sebe reagovat (Marxův podíl na moci byl silnější než podíl neznámého básníka – poustevníka ze středověku, a proto na něj reagovalo více diskurzů a umožnilo jeho vznik). Ostatně, společenské stvrzení založení nového diskurzu (hrůzostrašný román, teorie dělnické třídy) je vždy v rukou ostatních diskurzů, z nichž jednu z nejsilnějších mocí mají právě média. Zakladatel diskurzu musí být stvrzen jinými diskurzy.
Foucault mluví o smrti autora, a přesto se ptá: „Jak můžeme určit nějaké dílo z milionů stop, jež někdo zanechal po své smrti?“[152](Proč zrovna toto a jiné ne). Pokud by si byl smrtí autora skutečně jist, proč by ho tento aspekt měl vůbec zajímat? Existuje-li dílo nezávisle na svém tvůrci (resp. v momentě svého objevení čtenářem již k němu neodkazuje), proč zkoumat stopy, které jsou znaky tvůrce a ne díla samotného? Vybírat z milionů stop, které autor zanechal (spisy, poznámky, celé knihy, aforismy), znamená vracet se k němu a připisovat mu skutečně důležitou roli – roli komplexního „samostatného“ diskurzu - což je u Foucaulta problematické. Daleko pravděpodobněji se nabízí možnost, že dílo není vybíráno z milionů stop (tedy že každé dílo představuje jednu celistvou stopu), ale že každá stopa – nebo spíše indicie, je otiskem jedné z jeho částí (očekávání, vnější i vnitřní vlivy, aktuální situace). Ta pak zanechává svou stopu, jejíž celkový „součet“ vytváří pojem díla, který je u Foucaulta natolik problematický. Dílo v době svého vzniku (ve smyslu v době objevení čtenářem) se má k aktuální situaci stejně, jako čtenář, jež ho právě drží v rukou, k aktuální chvíli, ve které tak činí.

Krátký příklad:
čtenář 6 let:
vnitřní vlivy: schopnost samotného čtení ještě není zcela rozvinuta, očekáváním je pohádka a pobavení nikoli odborný text

[152] FOUCAULT, Michel. *Diskurz, autor, genealogie.*. 1. vyd. Praha: Svoboda, 1994. 115 s. ISBN 80-205-0406-0. str. 46

vnější vlivy: jediná kniha, na které spočinul zrak v dané chvíli v knihovně, špatné rodinné zázemí mu nedovoluje správně pochopit významy „za textem“, zima a nepohodlí spojené se samotným čtením

dílo
vnitřní vlivy: vzniklo jako reakce na odposlouchané báchorky v dětství autora, autorova nedostatečná jazyková vybavenost nedovoluje užívat adekvátní synonyma pro dětského čtenáře, autor podvědomě autocenzuroval báchorky, kterých se v dětství bál
vnější vlivy: dokončeno narychlo v očekávání ekonomického profitu, všechny digrese vyškrtány vydavatelem, náklady na tisk neumožnily knihu vydat s původními ilustracemi a v pevných deskách, skryté narážky na oblíbené pohádkové hrdiny již nejsou aktuální, protože současný dětský čtenář jim již nerozumí

Proces pochopení a interpretace díla (nejen literárního, ale např. i recenze) je pak dán parametry, které v sobě volně mísí všechny výše nastíněné (a samozřejmě i další) „stopy“. Tento rozptyl autora Foucault později označuje za „rozptyl simultálních ego“[153]
Zjednodušeně řečeno: Foucault připisuje autorovi (např. recenzentovi) místo uvnitř nějakého specifického diskurzu, přičemž jeho výstup „pro diskurz“ (napsaná kniha, vydaná recenze) je vykazován pouze několika (tj. ne všemi) specifičnostmi, které náležejí autorovi – např. gramatickými formami.[154] Autorův rozptyl v rámci diskurzu připisuje jeho „simultánním egům“: „Funkce autora je vázána na právní a institucionální systém, který uzavírá, určuje, člení svět diskurzu: nepůsobí jednolitě a stejně ve všech diskurzech, za všech dob a ve všech formách civilizace: není definována spontánním přiřknutím diskurzu jeho tvůrci, ale sérií specifických a komplexních operací: neodkazuje čistě a jednoduše k nějakému jedinci, může simultánně vyvolávat vícero ego, vícero postavení-subjektů, jež mohou být zaujata různými třídami jedinců.“[155]
Ač se Foucault sám brání svému zařazení pod pojem strukturalismu, přibližuje se mu a sympatizuje s ním v určitých ohledech. Náklonnost Foucaulta k negenetickému strukturalismu ozřejmuje především D´Ormesson: „...negenetický strukturalismus popírá

[153] Tamtéž str. 55. Foucault se často v úvahách o zmizení autora zmiňuje o Mallarmém (např. *„zmizení autora – událost, jež od Mallarmého stále trvá“*). Těmito tezemi, ve kterých jako zásadní figuruje postava Mallarmého, a ne kohokoliv, se ovšem zpět kruhově zase vrací k autorovi (Mallarmému) a stvrzuje jeho status jakožto autora.
[154] Tatméž str. 54: „Text nese vždy v sobě samém určitý počet znaků, které náležejí autorovi. Gramatikové tyto znaky dobře znají: jsou to osobní zájmena, příslovce času a místa...“
[155] Tamtéž str. 55

subjekt a nahrazuje ho strukturami (lingvistickými, mentálními, sociálními atd.) a lidem a jejich jednání ponechává pouze místo jakési role, funkce uvnitř těchto struktur, které představují konečný bod výzkumu nebo vysvětlení...“[156], který v rámci díla a jeho autora mluví o „kolektivním subjektu“: „jeho meze (konečného díla, pozn. autora), jako každého lidského skutku, jsou určovány faktem, že utváří určitou významovou strukturu, založenou na existenci nějaké koherentní mentální struktury, vypracované kolektivním subjektem.“[157]. Foucaultův autor se ztrácí ve prospěch forem, jež jsou vlastní diskurzu. Kdo ale určuje podobu těchto diskurzů a forem? Nejspíše zase jiné diskurzy a ty zase jiné, což je otázka, která vede až k myšlence prvotního hybatele (pro tuto práci je nepodstatná, a proto ji zde nerozvíjím). D´Ormesson k tomu dodává: „Nejsou to nikdy struktury, které tvoří dějiny, ale lidé, i když akce lidí má vždy strukturovaný a významový ráz.“[158]Ačkoliv lidé jsou zase pouze struktury, které jsou výsledkem pohybů jiných struktur (diskurzů, transindividuí, stop), které je chtěně i nechtěně ovlivňují (princip příčiny a následku), přičemž pátrání o vztazích mezi těmito diskurzy by končilo opět v otázkách po prvotním hybateli, nebo v hledání zákonitostí a styčných bodů mezi těmito diskurzy (např. přírodní katastrofy – technický pokrok lidstva – skleníkové plyny způsobující výkyvy počasí – změny nálad – zvýšení počtu sebevražd). Sepjetí autora jakožto diskurzu s podmínkami, kterými disponuje, potom jasně vymezuje i Marcelli: „Výpověď je vždy späta s celkom, ktorý priamo určuje podmienky jej existencie.“[159], Adorno: „(díla, pozn. autora) nejsou ničím stvořeným a člověk není stvořitel“, který pojem díla vsazuje do role konzumního artiklu[160]“, McQuail: „komunikace začíná v mediální instituci, jejíž typický významový rámec má sklon být v souladu s převládajícími mocenskými strukturami společnosti“[161], a nakonec i samotný Foucault v Myšlení vnějšku, když uznává schopnost vnější zkušenosti

[156] D´ORMESSON, převzato z Bulletinu Francouzské filosofické společnosti (Bulletin de la Société francaise de Philosophie), ročník 63, č. 3, červenec – září 1969, sv. LXIV. S. 73-104, uveřejněno v: FOUCAULT, Michel. *Diskurz, autor, genealogie.*. 1. vyd. Praha: Svoboda, 1994. 115 s. ISBN 80-205-0406-0. str.64

[157] Tamtéž str. 65

[158] Tatméž str. 66

[159] MARCELLI, Miroslav. *Michel Foucault alebo stať sa iným.*. 1. vyd. Bratislava: Archa, 1995. 133 s. ISBN 80-7115-099-1. str. 82

[160] ADORNO, Theodor, W. *Estetická teorie*. 1. vyd. Praha: Panglos, 1997. 481 s. ISBN 80-902205-4-1. str. 223. „Objektivita děl – pro lidi ve směnné společnosti osten, protože od umění mylně očekávají že zmírní odcizení – se překládá zpět do člověka, který stojí za dílem, většinou je však pouze charakterovou maskou těch, kteří chtějí dílo prodat jako konzumní artikl.. .pojem génia je však falešný, protože výtvory nejsou ničím stvořeným a člověk není stvořitel.“

[161] McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace.* 2. vyd. Praha:Portál, 2002. 444 s. ISBN 80 -7178 -714-0. str. 76

„prosakovat“ do subjektu autora: „...každá čistá reflexivní rozprava v sobě skrývá nebezpečí, že zkušenost vnějšku opět převede do rozměru niternosti...“[162]

Diskurz je podmíněn svou charakteristikou i postavením vzhledem k ostatním

„Formálně jsou umělecká díla, bez ohledu na to, co říkají, ideologií v tom, že pokládají a priory duchovno za něco nezávislého a podmínkách jeho materiální produkce, a proto vnitřně vyššího a existujícího mimo prvotní vinu v oddělení tělesné a duševní práce“[163]. A stejnou diskurzivní povahu, jakou si vykazují umělecká díla, se vykazují i následné kritiky a soudy o nich. Jejich sepjetí s vnějšími vlivy je neoddělitelné a stává se osobou autora. Northrop Frae ve svých úvahách sice nejprve navrhuje že „...literární kritik musí číst především literaturu, induktivně zkoumat svůj obor a na základě svého poznání vytvářet své vlastní kritické principy. Nemůže převzít již hotové kritické principy vlastní teologii, filozofii, politice, přírodovědě a libovolně je kombinovat.“[135], zároveň posléze dodává, že tento předpoklad není naplnitelný, neboť absence vnějších zdrojů (předpokladů, očekávání) není možná. „Komparativní odhady hodnot kritika jsou ve skutečnosti hypotézy, nejlépe nevyslovené, vyplývající z kritické praxe, nikoli formulované principy, které by tuto praxi měly řídit. Praxe se tak řídí nevyjádřenými principy.“[164]

Tyto hypotézy (domněnky) vyplývající z kritické praxe jsou podmíněny jak skutečnostmi a charakteristikami autora jako takového (diskurzu), tak i (a možná především) svým postavením vzhledem k diskurzům ostatním, které na něho přímo či zprostředkovně působí v rámci sítě (o „diskurzu moci“ je v tomto ohledu pojednáno v přecházejících kapitolách). Jedním z nich je pak diskurz čtenáře (diváka, konzumenta), ke kterému se kritika dostává, a jehož očekávání silně váží vzájemný vztah a působí na podobu produktu, který se k němu dostane. Vztah čtenáře k uměleckému dílu je pak vždy zprostředkovaný: „Lidské reakce na umělecká díla jsou odedávna krajně zprostředkované, nevztahují se k objektu přímo. Dnes se toto děje celospolečensky.“[165]A to i v případě, že mezistupeň v případě kritika či recenzenta není vůbec přítomen (člověk, který si bez předchozích doporučení zajde na výstavu obrazů svého oblíbeného autora). Síť vztahů se jen rozběhne jiným směrem

[162] FOUCAULT, Michel. *Myšlení vnějšku*. 2. vyd. Praha: Herrmann&synové, 2003. 303 s. ISBN neuvedeno. Str.42
[163] ADORNO, Theodor, W. *Estetická teorie*. 1. vyd. Praha: Panglos, 1997. 481 s. ISBN 80-902205-4-1. str. 296
[164] FRAE, Northrop. *Anatomie kritiky*. 1. vyd. Brno: Host, 2003. 440 s. ISBN 80-7294-078-3. str. 43
[165] ADORNO, Theodor, W. *Estetická teorie*. 1. vyd. Praha: Panglos, 1997. 481 s. ISBN 80-902205-4-1. str. 298

(umělec reaguje na přání konzumenta, recenzent zpětně reaguje na nenadálý zájem čtenáře či diváka (neaktuálnost subjektivních žánrů mu umožňuje nevázat se na událost bezprostředně po jejím vzniku), divák zpětně vyhledává kritiku či recenzi, aby své dojmy porovnal s názory recenzenta). Vztah mezi umístěními nabývá zásadní hodnoty, masová kultura tyto vztahy posiluje: „…to, co je všeobecně nazýváno distinkce, odlišnost, totiž určitá povaha jednání a způsobů, považovaná většinou za vrozenou (vrozená odlišnost), je ve skutečnosti jen diference, odchylka, distinktivní rys, prostě vztahová vlastnost, která existuje jedině ve vztahu a skrze vztah k vlastnostem jiným…skutečnost je vztahová.“[166]

Umístění autora (diskurzu) v síti vztahů s ostatními autory – diskurzy je jeho prvotním cílem, a přesto je požadavek, který ve své charakteristice nese, nositelem nejvíce limitů. Svévolná subjektivnost recenzenta samotného se projevuje až na posledním stupni vytváření díla, a i tam je hnána touhou či požadavkem nutného přežití v síti, což vede k autocenzuře myšlení, podléháním lavinového efektu na základě („šuškandy“) mezi příbuznými diskurzy i touhou uplatnit se v diskurzu „silněji“ a zvyšovat svůj úhrn na moci: „Psaní se dnes osvobodilo od tématu vyjádření: vztahuje se k sobě samému. A přece neuvázlo ve formě zvnitřněnosti: identifikuje sebe samo se svou vlastní rozvinutou zvnějšněností. Je hrou znaků uspořádanou méně podle svého označeného obsahu (tedy co se chce říct, pozn. autora) než podle své povahy označujícího (jak se to říká, pozn. autora)“[167]. Obsah je poplatný formě, která ho prodává. Přičemž platí, že dobrá forma prodá i špatný obsah, dobrý obsah ve špatné formě bude ale cílovým konzumentem hodnocen vždy negativně.

Nad vnější ovlivněností píšící individuality – kritika - se zamýšlí i Přemysl Blažíček, který rozvíjí Foucaultovu myšlenku zvnitřňování vnějších myšlenek: „Snad každý spisovatel měl možnost žasnout, jaké nesmysly vyčetli kritici z jeho knih. Už elementární pochopení textu není zdaleka samozřejmé, a co teprve smysl díla: neadekvátnost jeho pochopení zkreslí každý i sebebystřejší dílčí postřeh. Profesionální interpret je přitom plný matoucích apriorních koncepcí. I když jeho koncepce danému dílu odpovídají, věděl je už před četbou díla, zatímco si namlouvá, že rozvíjí myšlenky, k nimiž ho přivedlo dílo, často jde z velké části a vždy aspoň z menší části jen o demonstrování dřívějších poznatků, a většinou spíš

[166] BOURDIE, Pierre. *Teorie jednání*. Praha: Karolinum, 1998. str. 13
[167] FOUCAULT, Michel. *Diskurz, autor, genealogie.*. 1. vyd. Praha: Svoboda, 1994. 115 s. ISBN 80-205-0406-0. str.44

cizích, než vlastních.“[168] Manipulovatelné zkušenosti[169], vnitřní limity i vnější okolnosti, nemožnost autora – recenzenta dopracovat se k pravdivostní hodnotě uměleckého díla, které je samo o sobě již před pravdou zastřené, ale i nechuť a nemožnost tak činit, vedou Adorna až k myšlence skutečné nesvéprávnosti subjektivních novinářských žánrů, které jsou dnes stále vnímány na základě kritérií objektivnosti a ne literatury referující o jejich předmětech: „Plně adekvátní interpretace je chiméra.“[170]

Možnosti textu v masové kultuře

Masová kultura si mezí interpretace textu nevšímá

Je jedno, přijmeme-li Piercovu tezi o hermeneutické množitelnosti významů a s ní vycházející teorii nekonečné sémiose a nekonečné interpretativnosti textu, nebo se přikloníme k názorům, které textu přisuzují právě jeden význam, kterého se má čtenář dopátrat. Nebo zda budeme souhlasit s Ecem a s jeho tvrzením, že meze interpretace je vymezena negativně, tedy schopností jasně určit, co text neříká a jaká interpretace je tedy zcela určitě chybná. Texty subjektivních mediálních žánrů lze totiž mnohem lépe kvalifikovat a klasifikovat na základě jejich masovosti (tedy na základě jejich profilace z masové kultury), a tedy jako texty mediální (z nichž se následně budou vyvozovat jejich povahové rysy), než jako texty jakékoliv druhu literatury (nejčastěji krásné), v jejímž rámci se tyto dohady o interpretativnosti textů odehrávají.[171]

Ecův poukaz na modelového či empirického čtenáře nachází svou platnost v literatuře, pro účely této práce, která má objasnit především to, jaké je postavení hudební recenze v masové kultuře, je ale hodnotnější nazírat na kulturní recenzi či kritiku apriory jako na jeden z mediálních výstupů masové kultury a ne jako na literární obsah textu, jehož záměrem (či záměrem autora či čtenáře) je tento text jakkoliv interpretovat. Meze interpretace recenze či kritiky určuje povaha masové kultury a směřování postmoderních

[168] BLAŽÍČEK, Přemysl. *Kritika a interpretace*. 1. vyd. Praha: Triáda. 2002. 510s. ISBN 80-86138-46-1 str. 311

[169] ADORNO, Theodor, W. *Estetická teorie*. 1. vyd. Praha: Panglos, 1997. 481 s. ISBN 80-902205-4-1. str. 240: „To, co se přijímá za železnou oponou jako kulturní dědictví, a to, co se na naší straně nazývá západní tradicí, jsou jen zkušenosti, jež jsou manipulovatelné a lze jich využít podle libosti.“

[170] Tamtéž str. 367

[171] „Svět masmédií ve skutečnosti nepořádá hon na symboly, protože k tomu ztratil dar a milost… hledáme alegorie všude, záhadná spojení mezi dvěma ubodanými dívkami, zářící zkratky v tupém předivu každodennosti. Tam, kde má všechno nějaký druhý smysl, je všechno nenapravitelně ploché a omezené. Symbolický modus je tam, kde nás konečně přešla chuť dešifrovat za každou cenu.“ ECO, Umberto. *O literatuře.* Praha: Argo, 2002. 313 s. ISBN 80 -7203-588-6 str. 151

textů , které byly nastíněné již dříve. Interpretovat obsahy recenzí ani není žádoucí, neboť se obsahy šablonovitě opakují a témata, která je předurčují (o čem se bude psát) jsou zase určena mocenskými vlivy diskurzu, do kterého jsou zrovna nasazena (o mocenských vlivech a diskurzu je pojednáno v samostatných kapitolách). Interpretace by se zde měla týkat plánu výrazu, nikoliv obsahu – její možná podoba je naznačena v příloze práce.

V Ecově smyslu by bylo vhodnější nahlížet na recenzi či kritiku jako na kulturně-společenský fenomén profilovaný masovou kulturou, který do sebe vstřebává podobné charakteristiky, které Eco připisuje tzv. Neotelevizi: „Nejdůležitějším rysem Neotelevize je skutečnost, že stále míň mluví o okolním světě. Mluví stále víc o sobě a o svých stycích se svými diváky. Nezáleží na tom, co říká, nebo o čem mluví. Aby televize toto přepojovací násilí nějak přežila, snaží se diváka u sebe podržet tím, že mu říká: „ Já jsem tady, já jsem já a já jsem ty“.[172] Masová kultura si mezí interpretace textu nevšímá, ostatně, jak jsem naznačila v textu již dříve, postmoderna, ve které vzniká a žije, dopřává dokonce textům protichůdného charakteru a vyznění. Eco si tohoto fenoménu, v jehož rámci se jakékoliv texty (a ne jen už texty krásné literatury) staly mnohem více otevřenými k svévolným interpretacím, všímá především v Mezích interpretace. Otevřený charakter textových děl byl dle něj v dřívějších dekádách patrný takřka výhradě v uměleckých textech, které k němu také vybízely. Také to byly umělecké texty, které „ se v předchozích desetiletích považovaly za texty, jež mají schopnost intencionálně a provokativně vyjevovat svůj otevřený charakter. Oproti tomu v posledních desetiletích byl takový charakter zakořeněn do podstaty jakéhokoli druhu textu.“[173] Autor zde poukazuje na změnu paradigmatu (v rámci mé práce za ní považuji nástup postmoderny a nástup masové kultury), v jejímž rámci se pro jakékoliv sémiotické systémy zvětšila role adresáta, ačkoliv funkcí těchto systémů měl být opak – konsensus či jednoznačnost vyznění bez možnosti svévolné interpretace. Podstatné je to, že tato zvětšující se otevřenost k interpretacím není v případě recenze či kritiky podstatná, protože tento žánr odkazuje sám k sobě, a jeho cílem je další nákup formy a diskurzu, ne další nákup obsahu.
Ještě příhodnější příměr, než-li analogie recenze s Ecovou Neotelevizí, je přirovnání hudební recenze či kritiky k televiznímu seriálu. Eco zachytil sklon posledních desetiletí jako sklon k opakování téhož: „V tomto období dějin se postmoderní estetika vrací k pojmům opakování a iterace, přičemž jim dává zcela nový rozměr…vezměme si třeba

[172] ECO, Umberto. *Mysl a smysl*. Praha: Moraviapress, 2000. 183 s. ISBN 80-86181-39-7 s. 90
[173] ECO, Umberto. *Meze interpretace*. Praha: Karolinum, 2004. 1. vyd. 330 str. ISBN 80-246-0740-9 s.53

svět masových médií, konkrétně případ, kdy je něco nabízenou jako originální a odlišné (podle požadavků moderní estetiky), jsme si vědomi, že toto něco opakuje něco jiného, co už známe, a přesto, anebo lépe řečeno právě proto, se nám to líbí (a koupíme to).“[174]Obsahovou stálost za obměn povrchových forem poté demonstruje na příkladu všeobecného sklonu k serialitě, a speciálně na seriálech televizních. Jejich fungování kopíruje model, díky němu přežívají i recenze a kritiky: „Seriál funguje na bázi jisté ustálené situace (obsahová podobnost, pozn. autora) a omezeného počtu fixních hlavních postav (autor recenze, pozn. autora), kolem kterých se pohybují postavy sekundární, jež se mění (styl a námět, pozn. autora). Sekundární postavy musejí vzbuzovat dojem, že nový příběh je odlišný od těch předchozích, když narativní schéma se v podstatě nemění“.[175] Eco tuto seriálovou manifestuje mimo jiné na televizním seriálu Columbo: „schéma detektivní práce a psychologie hlavního hrdiny sice zůstávají beze změny, ale styl vyprávění se díl od dílu mění“[176]. Převedeno do „řeči“ kulturní recenze a kritiky, schéma textu (obsahová stálost) a psychologie hlavního hrdiny (autor jako individualita i jako diskurzu či jako médium) zůstávají beze změny, ale styl (povrchová forma) vyprávění se text od textu mění. Eco poté sériálovost masové kultury označuje jako silně degenerativní, a zmiňuje se též o tom, že kombinace probíhají spíše na základě co nejvyšší nepravděpodobnosti. (Touha po šoku, vytržení z letargie). Cílem je předat divákovi (čtenáři) totéž, a to v takové kombinaci, která vzbudí pozdvižení.

Eco přitom dodává, že „typologie opakování není s to poskytnout kritéria, na jejichž základě by se dal definovat rozdíl v estetických hodnotách“[177], tedy, že opakování nemůže relevantně vypovídat cokoliv o estetické hodnotě díla, a vyžaduje v tomto ohledu zavedení „sémiotiky textových postupů opakování“, kterou se pokouším nastínit v příloze této práce, a kterou Eco již dále nerozvádí.

Jak slábnou mocenské vlivy u internetu?

Protože snaha o udržení pozornosti čtenáře se přeci jen musí zodpovídat jakémusi obsahu sdělení (někdo udělal něco s nějakým úmyslem), vzniká na českém publicistickém trhu zvláštní situace. Společně s krizí, do které se dostávají méně exhibující tištěná média (odliv

[174] Tamtéž str. 94, 95
[175] Tamtéž str. 96
[176] Tamtéž str. 107
[177] Tamtéž s. 107

inzerentů způsobený finanční krizí i odlivem čtenářů směrem k bezplatnému internetu), se zvyšuje úhrn moci na straně více (či zcela) svobodných internetových médií, jejichž autoři (jakožto osoby) se nemusejí o vlastní podíl na moci dělit prakticky s nikým – i na „prestižních" hudebních serverech z ekonomických důvodů neexistují editoři, tlak ze strany inzerentů není natolik silný, webové portály postrádají rázné šéfredaktorské vedení.

Do jisté míry se zde ještě uplatňuje vliv hudebních vydavatelství (ta mohou např. odmítnout poskytování CD k recenzi) – i ten ale slábne společně s tím, jak se internet stává silnějším a ekonomicky zajímavějším. Odmítnout propagovat značku pro tisíce čtenářů denně – ač může jít o propagaci veskrze či zcela negativní – může ve výsledku znamenat ztrátu z prodeje nosičů (čtenáři se o novém produktu vůbec nedozvědí nebo se se značkou neidentifikují). Čtenáři se totiž pomalu učí brát publicistické internetové subjektivní žánry se značnou rezervou, vyhledávají články (zboží), které je zajímá, a následný nákup/nenákup produktu (CD) přestává mít přímou souvislost s hodnotícím vyzněním mediálního sdělení, jak tomu bylo dříve. Interpreta hanící recenze tedy zkušenějšího čtenáře již od nákupu předem zvoleného produktu (interpreta) neodradí, určí jen následnou dichotmotii výběru nákup/nenákup dalších mediálních sdělení od tohoto autora. To potvrzuje domněnku, podle které je vytváření mediální představy - image o nějakém (např. hudebním) interpretovi jen přidruženou automatickou činností, která doplňuje konstrukci identity média samotného a jeho postavení na trhu. Subjektivní novinové žánry nepodléhají tlakům objektivního masového sdělování, o to razantněji se ale přizpůsobují požadavkům trhu – ostatně stejně jako dané (zcela subjektivní) kulturní zboží, o kterém pojednávají (nová kniha, koncertní vystoupení, divadelní představení).

Na reklamní ráz kultury upozorňuje mezi jinými T.Adorno.[178] Samo umění a kultura splývají s reklamní technikou natolik, že po jakémkoliv dalším stupni (recenze referující o kultuře, polemiky nad kritikami atd.), se absence reklamního ducha ani požadovat nedají – naopak. Reklamní povaha kultury si vynucuje ještě reklamnější povahu metareferování, která je závislá na poptávce po „jiném". Subjektivní novinářské žánry v tradičním pojetí selhávají, protože v postmoderní společnosti již neexistují subjektivní potřeby relevantních

[178] „Kultura je paradoxní zboží. Natolik podléhá zákonu směny, že se již nesměňuje: natolik slepě se užívá, že se již nedá užívat. Proto splývá s reklamou." ADORNO, Theodor, W. *Estetická teorie*. 1. vyd. Praha: Panglos, 1997. 481 s. ISBN 80-902205-4-1 str. 161

hodnotových soudů o kultuře.[179] Potřeby „nového“ jsou přitom opět přímo dány nabídkou ze strany zadavatele (ze strany médií), jejichž cílem je udržovat čtenáře v permanentním seriálovém napjetí, a pomocí mocenských tlaků jej nutit k souhlasu s předkládanou informací,[180]která se jeví jako reakce na subjektivní poptávku ze strany publika (čtenářů, posluchačů). Seriálové napjatí funguje na výše nastíněných principech stálého vytváření dojmu řešení přítomnosti, ačkoliv je jakýkoliv výstup (recenze, kritika, polemika) důsledkem všech časových rovin. Pasivní přijímání tohoto kruhového vzorce jej posiluje. „Drama masové kultury je v tom, že model okamžiku mění v normu, potlačí jakoukoliv jinou intelektuální zkušenost a vyvolá dřímotu osobnosti, popření problémů, konformismus postojů a pasivní extázi, jak si ji vyžaduje paternalistická pedagogika produkující adaptované poddané.“[181]

Obsahy nebulvárních tištěných médií zasahují „lidi z branže“

Společně s tím, jak internetové servery nabízejí subjektivní novinářské žánry kruhově odkazující sami na sebe a posilující svou moc, vzniká neobvyklá situace v tištěných médií. Ty se buď (graficky, obsahově, agenda settingem) bulvarizují – tj. přibližují se požadavkům masového trhu, ale ve čtenářích zachovávají podvědomí pocit nákupu „zaručeného“ (tj. tištěného) produktu. Tento postup vede k rychlému, ale často krátkodobému či střednědobému účinku, neboť hlavním cílem tištěného média se v tomto případě stává udržování nesnadné bilance mezi únosnou bulvarizací a svým vlastním nezařazením pod bulvár (přerod patrný u českých deníků – Mf Dnes, poté Lidé noviny i Hospodářské noviny). Druhou možností je vyčlenění se z trhu a pokus o nákup čtenářů pod značkou kvality. Odmítnutí bulvarizace a zaměření se na méně početný segment trhu

[179] Výrok je parafrází Adornovy teze z Estetické teorie : „Z toho, že kultura selhává, vyplývá, že vlastně neexistují subjektivní kulturní potřeby nezávislé na nabídce a mechanismech šíření“ ADORNO, Theodor, W. *Estetická teorie*. 1. vyd. Praha: Panglos, 1997. 481 s. ISBN 80-902205-4-1 str. 318

[180] Nesouhlas s předkládanou informací je sankcionován, čtenář své případné posuzování automaticky autocenzuruje, protože stále pracuje s reálnou hrozbou vyloučení z rozhovoru: „Universálně informační charakter je znamením radikálního odcizení mezi konzumentem a nevyhnutelně blízkým produktem. Tam, kde jeho zkušenost nestačí, se konzument cítí odkázán na informaci, a aparát jej trénuje k tomu, aby pod trestem ztráty prestiže vystupoval jako informovaný a vyhnul se zdlouhavému zakoušení. Jestliže se masová kultura skutečně stala jedinou velkou výstavbou, tak každý, kdo se na ní ocitne, se v ní cítí tak osamělý, jako cizinec na krajanské výstavě. Na pomoc přichází informace: nekonečná výstava je zároveň nekonečnou informační kanceláří, která se vnucuje bezmocnému návštěvníkovi, zásobuje ho cedulkami, ukazateli a rádiorecepty, a každého jednotlivce ušetří blamáže, že se ostatním jednotlivcům jeví jako hloupý.“ ADORNO, Theodor. *Schéma masové kultury*. Praha: Oikúmené, 2009, 62 stran, ISBN ISBN 978-80-7298-406-0. Str.39

[181] ECO, Umberto. *Skeptikové a těšitelé*. Praha: Svoboda, 1995.1.vyd., 417 s. ISBN 80-205-0472-9 s. 307

ovšem také vede ke krátkodobému či střednědobému účinku – kvalita se stává módou a nutným předpokladem, zájem o ní je kolísavý.

Nejsilnější zájem o kvalitní informování je stále ze strany těch, kterých se mediální obsah bytostně týká – tedy ze strany hudebních interpretů. Toho, že hudební periodika čtou především hudebníci si všímá i hudební publicista Michal Nanoru, který si svou image postavil na silně emotivních osobních textových výstřednostech předkládaných jako relevantní recenze v relevantních denících: „…je vlastně jedno, jestli někdo zpívá falešně nebo ne. O tom to není. Ten kritik, psavec, by měl být jen krok před čtenářem, protože tím, že neumíme na nic hrát, nejsme hudebníci a nepohybujeme se po těch studiích, se tak dokážeme víc přiblížit průměrnému čtenáři, který také není hudebník. Protože my, teoreticky, nepíšeme pro hudebníky. Nakonec to ale dopadá tak, že ty recenze, články a hudební časopisy čtou jenom hudebníci a lidi z byznysu. V Čechách hudební fanoušci skoro neexistují“.[182] O dění v tištěných hudebních médiích se z objektivního hlediska zajímají především lidé, o kterých je psáno, a nikoliv ti, kterým je psáno (což je opět důvod, proč musí být text upraven na gusto čtenáři). Hudebníci jsou také výsledným mediálním výstupem více zasaženi a jeho podoba je může podvědomě ovlivňovat více, než čtenáře, pro které je obsah vytvořen, a kteří se dalším nákupem mají podílet na ekonomickém fungování média.

Mají odborné recenze psát odborníci?

To, že se mediální sdělení (recenze, kritika, pamflet) vytváří pro čtenáře, který svým následným chováním rozhoduje o zásadní dichotomii „znovu koupím/již nekoupím“ také naznačuje odpověď na otázku, zda mají recenze psát odborníci. Ti sice o poznání lépe rozumějí nastíněné problematice, ale nerozumí tomu, jak a proč má sdělení fungovat tak, aby ve výsledku odkazovalo samo k sobě a posilovalo svou pozici na trhu. Proto jsou odborníci coby tvůrci subjektivních novinářských žánrů přizváni ke spolupráci jen občasně, či externě. Jejich cílem je – právě proto že jejich obor není „zachovat médium“ ale např. „jazzová hudba“ – skutečná distribuce informačně relevantních sdělení. Ta jsou však vyhledávána jen v rámci módních a náhlých vln zájmu – často v momentech přebulvarizování trhu či v momentech mediálních skandálů. Věcně podstatné a opodstatněné informace „hrají“ pro informaci samotnou, ne pro médium. Proto se také

[182] FRANZ, Lukáš. *Tucznak versus Nanoru* (online). Ústí nad Labem: 15. 11. 2005 (citováno 14. 7. 2010). Dostupný z WWW: <http://tucznakfiles.wz.cz/extra/tucznak_vs_nanoru.pdf >

uplatňují v nesubjektivních novinářských žánrech – především v klasickém zpravodajství. Účelem zprávy je přenesení informace (zájem na straně čtenářů se poté buduje na základě jiných hledisek jako agenda setting/četnost apod.), účelem recenze je posílení zájmu na straně čtenářů, které je doprovázeno (nikoliv nutně) přenesením informace.

Vzniká infertilní zábava založená na dojmologii, která je pohlcena možnostmi, které ji diktuje kulturní průmysl a masová kultura: „Kritika vkusu ponechaná na pospas individuálním náladám, zálibě jednotlivce, hodnocení obyčejů a mravů se promění ve sterilní hru, schopnou obstarat příjemné pocity, ale neschopnou povědět něco o kulturních jevech společnosti jako takové. Vkus a nevkus se stávají kategoriemi velice labilními.“[183]

Tím, že úkolem recenze je zcela subjektivní soud (bez rozvedení toho, kam tento soud nakonec odkazuje) se sama subjektivní média netají. Příkladem budiž článek „Pět nejčastějších omylů čtenářů Musicserveru“, který byl uveřejněn na stejnojmenném hudebním webovém portále, a na který je často okazováno v rozhořčených diskuzích čtenářů. Redaktoři sami uvádějí: „Hlavně skalní fandové různých kapel jsou přesvědčeni, že na desku/koncert jejich oblíbence by měl recenzi psát zásadně člověk, který o nich ví vše, má je rád, a pokud snad ne, pak musí článek napsat **objektivně**. Co to znamená? Nejčastěji to, že když umělec prodává spousty nosičů a má davy fanoušků, tak je přece kvalitní, a článek tudíž musí být pozitivní. Ne, ne a ještě jednou ne. Recenze jako taková je vždy subjektivním názorem jednoho člověka (něco jiného ale je, že v ní nesmí být faktické omyly). Pokud bychom to vzali do důsledku, objektivní informace se mohou týkat pouze délky desky, počtu skladeb či výše vstupného.“[184] Tedy, že metareferování pozbývá odpovědnosti, a že objektivní informace v soudech skutečně nemají své místo. Informační relevance, objektivnost, vyváženost, a nakonec i pravdivostní hodnota se vytvářejí vždy současně s tím (a v trajektorii s tím), jak se vytváří celé dané médium, jak působí společenské faktory – čili, jak se formuje diskurzu vzhledem k ostatním diskurzům, které na něj působí.

„Pravdivostní obsah uměleckých děl splynul s jejich obsahem kritickým“[185] – díla se utvářejí (identifikují) tím, jak na ně reaguje (nikoliv pouze odborná) kritika širší veřejnosti. Neexistují v přítomnosti, nastávají. Pravdivostní obsah kritiky splývá s tím, jak je obsah

[183] ECO, Umberto. *Skeptikové a těšitelé*. Praha: Svoboda, 1995.1.vyd., 417 s. ISBN 80-205-0472-9 str. 95

[184] BALUŠEK, Honza. *Pět nejčastějších omylů čtenářů Musicserveru* (online). Praha: IMEG s.r.o.,19.05.2008 [cit. 14. 7. 2010]. Dostupný z WWW: http://musicserver.cz/clanek/22271/Pet-nejcastejsich-omylu-ctenaru-musicserveru . ISSN 1803-6309

[185] ADORNO, Theodor, W. *Estetická teorie*. 1. vyd. Praha: Panglos, 1997. 481 s. ISBN 80-902205-4-1 str. 54

zpětně vyhledáván veřejností. Veřejnosti je nabízen vždy úspěšný model – tedy ten, který již v minulosti vykazoval odezvu a zisk. Odezva a zisk je vždy reakcí na produkt, který opět nabídnou média.[186] Protože umělecká díla nastávají, jsou závislá na mechanismech šíření (jež poskytuje masová kultura), které toto nastávání umožňují co nejširšímu počtu „konzumentů umění". Umění potřebuje kritiku, recenzi a subjektivní novinářské žánry referující o něm. Kritika umění je metareferováním – umění předpokládá. Výše uvedené schéma odpovídá i jiným odvětvím kulturního průmyslu, než je jen současná česká hudební kritika mainstreamové scény.

ZÁVĚR

Cíle recenzenta

Obměna povrchových forem je prezentována různě silnou osobní kreací autora, obsah zůstává napříč médii (časopisy) i autory (publicisty) obdobný. Výsledné mediální výstupy (recenze, kritiky) nemají ve výsledku ovlivnit současnou ni budoucí tvorbu umělce, ani ho nemá reálně nabádat k budoucímu jednání (recenze končící „na příští desce by měl/neměl…").Vytváření totožnosti (jasné čitelnosti, rozpoznatelnosti) autora (komplexně) má za cíl ekonomický profit spojený s nákupem produktu. Tedy především udržení pozornosti čtenáře a jeho neustálé zásobování hierarchicky odstupňovanými kvalitami téhož. „Permanentní nutkání k novým efektům, které však zůstávají spjaty se starým schématem, jako další pravidlo pouze zvětšuje moc konvencí, z nichž by dílčí efekt rád vyklouzl.[187]

Bleskurychlá změna názorů, která si navíc může vzájemně odporovat funkčně (protichůdné názory) i dle kodexu (současné zasílání stejných mediálních obsahů do různých periodik – stejný námět, různé zpracování), vede k fascinaci čtenáře, k nákupu autora a k dalšímu posílení mocenské struktury nastíněného schématu masové kultury, do níž zapadá i recenze či kritika, která by naopak měla masovou kulturu posuzovat a hodnotit. Autor není individualitou, ale je samostatným diskurzem, který se vyhraňuje v mocenské síti

[186] „Kulturní průmysl chce prodávat efekty už hotové a zabalené a spolu s výrobkem předepisovat i způsob jeho použití, s poselstvím i reakci, kterou má vyvolat." Eco, Umberto. *Skeptikové a těšitelé*. Praha: Svoboda, 1995.1.vyd., 417 s. ISBN 80-205-0472-9 s.86

[187] ADORNO, Theodor, W. *Estetická teorie*. 1. vyd. Praha: Panglos, 1997. 481 s. ISBN 80-902205-4-1 str. 130

vzhledem k diskurzům ostatním. Vzniká vzájemná závislost vších subjektů, kteří se paralelně ohýbají pod nátlakem trhu. Jak uvádí již Oscar Wilde: „Pro kritika je umělecké dílo pouze podnětem k novému dílu vlastnímu, které nemusí míti nutně žádné podobnosti k věci, kterou kritizuje… Vliv kritikův bude záležeti na pouhém faktu, že existuje. Bude představovati čistý typ. V něm dojde kultura století svého stělesnění. Nesmíš na něm žádati, aby měl jiného účelu, vedle svého vlastního zdokonalení," zároveň však kritiku či recenzi nelze obejít ani nelze její vliv ignorovat… „a je to opět kritika, která soustředěním umožňuje kulturu. Bere obtížnou spoustu tvorby a destiluje ji v nejjemnější esssence. Nit, která nás má vést je v rukou kritiky."[188]

Podvod postmoderny nebo nevyhnutelný důsledek masové kultury?

„Hodlá-li se společnost bez kritiků obejít a prohlašuje-li, že ví, co chce a co se jí líbí, znásilňuje umění a ztrácí kulturní paměť. Umění pro umění, jež se kritiky vzdává, končí ochuzením civilizovaného života. Kritice lze předejít jen cenzurou a ta se má ke kritice stejně jako lynčování ke spravedlnosti.[189]

Podvod subjektivních novinových žánrů netkví pouze v tom, že poskytují čistou zábavu, ačkoliv sama vytvářejí zdání „vyšších zájmů", nýbrž i v tom, že se pro svou obchodnickou povahu zaplétají v normativních klišé, která vedou k jejich sebelikvidaci, a subjektivní pohled naopak kazí.[190]

Čtenáři jsou zároveň s tímto podvodem čím dál lépe obeznámeni, výše nastíněný klam však umožňuje ze subjektivních žánrů učinit prostředek nezodpovídající se zábavy (viz subkapitola metareferování pozbývá odpovědnosti). Vyhledávání zábavních sdělení o předmětech zájmu čtenářů (o navštíveném filmu, o nové CD jejich oblíbeného interpreta) je účinným prostředkem vytržení z letargie způsobené přesyceností obdobných produktů (nastává obsahová stálost za obměn povrchových forem). Subjektivní soudy však tím pádem ztrácejí spotřební vliv (fanoušci nenakupují podle hodnocení v tisku) a inklinují k literatuře.

[188] WILDE, Oskar. Kritiku umělcem. 1909, bez dalšího určení, str. 87
[189] FRAE, Northrop. *Anatomie kritiky*. 1. vyd. Brno: Host, 2003. 440 s. ISBN 80-7294-078-3. str.20
[190] Odstavec je parafrází Adornova výroku „Podvod kulturního průmyslu tedy netkví v tom, že kulturní průmysl poskytuje zábavu, nýbrž v tom, že pro svou obchodnickou povahu vězí v ideologických klišé, která vedou k sebelikvidaci kultury, a zábavu naopak kazí." [190] ADORNO, Theodor, W. *Estetická teorie*. 1. vyd. Praha: Panglos, 1997. 481 s. ISBN 80-902205-4-1. Str. 143

Postmoderní tendence a vlivy postavily do hledáčku všeobecného zájmu znovu nastolenou otázku etiky, morálky, hierarchie, společensky závazné smlouvy (odtud všechny etické kodexy, od mediálních přes marketingové až po kodex drobného obchodníka). Zároveň to byla ale postmoderna, která vše výše uvedené znesnadnila či znemožnila. Nejméně subjektivní mediální sféra je čistým metareferováním, protikladné v ní nevyvolává rozpor. „…s výjimkou extrémních případů naše společnosti již nemají k dispozici soustavu jasných a hiererchicky uspořádaných vodítek, která by nám ukazovala cestu. V mediální sféře, v níž je nejvyšší hodnotou říci a ukázat to, co jest, zůstane určení spravedlivých mezí svobody projevu nevyhnutelně neurčité. Současný etický entuziasmus pouze skrývá toto postmoralistní prázdno či kolísání. Je protiváhou naší neschopnosti vytyčit s jistotou, co je oprávněné a co ne.“[191] Postmoderní rozbor lze skutečně ovlivnit jen cenzurou, které se ovšem vzpírá ze své charakteristiky. Jakékoliv pokusy o jeho posuny/obměny ústí do „bezobsažnosti“[192]

Reagovat na hudbu jen hudbou či nemluvit vůbec?

Zároveň však není řešením o hudbě či kultuře obecně nepsat (či nemluvit) vůbec , a její hodnocení ponechat vnitřnímu posouzení každého jednotlivce. „Naše zkušenost z hudebních děl je podmíněna verbálními kódy, jakýkoliv pokus o samostatné psaní o hudbě z hudby samotné je marný“[193], ale jen jako pokus o relevantní hodnotový soud založený na pravdivostí hodnotě, nikoliv jako subjektivní námět ke konverzaci (mezi posluchači navzájem či mezi posluchači a médiem). Mluvit o hudbě skrze hudbu není možné, protože hudební kód není pro většinu uživatelů srozumitelný, a jeho užívání by nakonec vedlo ke stejným obtížím, se kterými se setkáváme při pokusech tlumočit hudbu skrze verbální znaky.

Není nesmyslné pokoušet se hudbu popisovat, tlumočit, vykládat, či činit „pointing“[194], neboť verbální kód je doposud tím nejspolehlivějším a nejuniverzálnějším prostředkem ke

[191] LIPOVETSKY, Gilles. *Soumrak povinnosti (Bezbolestná etika nových demokratických časů)*. 1. vyd. Praha: Prostor, 2002. 311 s. ISBN 80-7260-008-7. str.264

[192] „pokusy o skutečně postmoderní rozbor by při četnějším, systematicky obnovovaném uplatňování prozradily, že všechny jeho proměny a posuny ústí do stále stejné bezobsažnosti.“ BLAŽÍČEK, Přemysl. *Kritika a interpretace*. 1. vyd. Praha: Triáda. 2002. 510s. ISBN 80-86138-46-1 str. 322

[193] ABBATE, Carolyn. *Unsung Voices: Opera and Musical Narrative in the Nineteenth Century*. Princeton: Princeton University Press, 1991 v originále: Our experience of musical works is, or course, conditioned by verbal codes . . . so that any attempt to separate writing about music from music itself is futile

[194] „Pointing“ je Wittgensteinův termín pro uměleckou kritiku upozorňující na místo v textu, které se snaží nějak popsat hudební pasáž

sdílení prožitku. Nemluvit o umění v důsledku znamená limitovat své další možnosti. Nerozvíjet se, nepředávat, nevyhledávat nové podněty. „Pokud jazyk užitý k psaní o hudbě nemá skutečný dopad na hudbu a na její význam, pak hrozí nebezpečí, že omezování těchto „rozhovorů“ o hudbě bude také omezovat schopnost lidské imaginace a schopnosti přijímat novou hudbu.“[195]

Je ovšem nutné si uvědomit, jak tento verbální kód pracuje v rámci (mas)mediálních sdělení, a jak jeho strukturaci pole možného jednání (tedy moc) přímo určuje masová kultura. Jakou roli hraje ten, který sdělení vysílá (publicista, recenzent), a kým vůbec je (viz kapitola autor jako diskurz) oproti běžnému posluchači/čtenáři/zákazníkovi. V odpovědích na otázky: proč se k nám dostává tento mediální obsah a ne jiný? Jak vzniká „subjektivní“ hodnocení? Jaké, resp. čí sleduje zájmy? slouží sémiologie jako základní věda, která nám umožňuje zachytit ty specifické aspekty, které doteď stále unikají sociologii hudby.

Shrnutí

Hypotéza mé práce vycházela z předpokladu, že recenzenti umění – kulturní kritici, podléhají schématu masové kultury. Že ač se zdá, že jejich cílem je relevantní výpověď o umění, ve skutečnosti se stávají kritiky celé masové kultury, z níž sami pocházejí a jejímiž možnostmi posilují své postavení, jehož skutečným cílem je opětovný prodej produktu (autora – diskurzu), nikoliv přenesení subjektivních či objektivních informací o zkoumaném (recenze nového CD, dojmy z koncertu či divadelního představení). Eco ke kritikům kultury (tedy i ke kritikům umění, které se masovou kulturou sytí) ironicky dodává: „Bez jejich nespravedlivých, stranických, neurotických zoufalých obžalovacích řečí bychom nedokázali vypracovat tři čtvrtiny myšlenek, které s nimi sdílíme…“[196]

Pomocí explanace a analýzy dokumentů jsem se pokusila odpovědět na otázku, jaké je postavení hudební recenze (potažmo kulturní kritiky) v masové kultuře.

[195] ERICKSON, Gregory. Explorations in the Language of Music Criticism. *Enculturation*, Vol. 2, No. 2, jaro 1999. Přístupno též elektronicky Enculturation: 1999 (cit.30.7.2009) Dostupný z WWW: http://enculturation.gmu.edu/2_2/erickson.html Původní znění: „If the language used in writing about music truly does affect what the music means, then the danger of a limited musical language is that it will also limit human imagination and possibilities of accepting and perceiving new music.“

[196] ECO, Umberto. *Skeptikové a těšitelé*. Praha: Svoboda, 1995.1.vyd., 417 s. ISBN 80-205-0472-9 str.33

Pro větší přehlednost práce, a pro své osobní zaměření, jsem užila takřka výhradně příkladů z hudebního průmyslu, mé závěry jsou ale platné i pro oblast literatury, filmu, divadla apod. V postupu celé práce se ukázalo jako klíčové především jasné vymezení pojmu autora, který dnes už nemůže být vnímán jako osoba. S tím souvisí i nutné pojednání o usazení autorů – diskurzů v mocenských vztazích, které formují je samotné i postavení, ve kterém se nacházejí vzhledem k diskurzům ostatním. Rovněž se ukázalo jako nezbytné zasadit celou práci do širšího kontextu a vysvětlit, proč a jak (či kdy – historický exkurz) k této tendenci došlo – tedy zastavit se u kruciálních znaků postmoderny, u pojetí postmoderního čtenáře či u rysů, které v této době učinili ze subjektivních novinářských žánrů módní záležitost. Praktická ukázka v druhé části práce potom slouží především jako demonstrace výše nastíněných tezí (či faktů – stavů věcí).

Skutečný problém masové kultury spočívá v tom, že nedokáže poskytnout alternativu sama k sobě. V dřívějších dekádách se také uctívala schémata, jejich zánik ale zvěstovala a nakonec způsobila „touha po novém“ (avantgarda, dada, sürrelaismus, underground), která nebyla součástí převládajícího establishmentu. Masová kultura, právě pro svou masovost, už tuto alternativu nedokáže poskytnout – jen těžce hledá cokoliv mimo sebe. Pokud se nějaký impuls nabádající k ignoraci či vytvoření kontrapunktu k masové kultuře přeci jen objeví, je vždy již součástí produkce poptávky, kterou si masová kultura sama vytvořila. A jako takový se také projevuje. Tak dnes můžeme vedle schématického psaní hudebních či jiných kulturních recenzí vysledovat šablonovitost v samotné populární hudbě – ač se jeví jako hudba „alternativní“ (punk, metal, indie) – o které samotné recenze pojednávají[197]. Masová kultura se zpětně sytí svou vlastní schopností se obhajobat: „…nakonec přijdeme na to, že právě skeptický postoj vůči kulturnímu průmyslu a jeho apokalyptická kritika jsou kupodivu jeho nejpodivnějším a nejzajímavějším produktem“[198]

Jak se z bludného kruhu pojednávání o kultuře z ní samé dostat? Ve své práci jsem se zabývala též obměnou povrchových forem, které doplňují obsahovou stálost. V mé práci je tato dvojice demonstrována na případu specifického metareferování – českých hudebních recenzí současné mainstreamové scény - což je oblast, která je mi profesně nejbližší.

[197] „V panoramatu masové kultury se nedá ani tvrdit, že by se sled mediací a výpůjček ubíral jen jedním směrem, není to jenom kýč, kdo si vypůjčuje z nějaké kultury stylegmata, aby je pak zařadil do svých vlastních chatrných kontextů, dnes i kultura avantgardní reaguje na současnou situaci, v níž tlak masové kultury je stále masovější a naléhavější, právě tím, že si stylegama vypůjčuje od kýče a nic jiného nedělá ani pop-art…“ ECO, Umberto. *Skeptikové a těšitelé*. Praha: Svoboda, 1995.1.vyd., 417 s. ISBN 80-205-0472-9 s. 142

[198] Tamtéž str.20

Podobné tendence lze ale vysledovat i u umění samotného či u dalších fenoménů – převypravování příběhů a zánik původní literatury, televizní seriálovost. Tato témata ale již dostatečně rozpracovali předchozí autoři (Barthes, Eco[199] aj.). Považuji za nutné, aby se při zkoumání současné masové kultury zaměřil pohled právě na tento sjednocující rys. Aby byla vytvořena jistá sémiotika opakování, která by dokázala nejen popsat základní rys masové kultury[200], ale i navrhnout její překročení, které by nevycházelo přímo z ní. Schémata ukrytá v metareferování považuji za jeden z nejcitelnějších problémů proto, že masová kultura jimi dává najevo, že nejen že není schopna vytvářet nové hodnoty, ale už ani nedokáže o stávajících variacích nově hovořit. Vytvoření takové sémiotiky opakování by ovšem předpokládalo alespoň částečné převedení kvalitativní vědecké práce na kvantitativní, která by shromáždila poznatky o způsobech, jakým je o masové kultuře pojednáváno v jejích co nejrozličnějších podobách.

Eco vytvoření „sémiotiky opakování“ navrhuje ve svých Mezích interpretace, dál ale toto téma nerozvíjí ani nenavrhuje jeho praktické řešení. Zmínka o tom, že by bylo nutné buď řešit statisticky případ od případu nebo vytvořit podmínky pro globálnější posuzování takového opakování, se vyskytuje i ve Skepticích, opět ale není rozvedena,[201] a je poukázáno pouze na nutnost zkoumat tuto problematiku mezioborově – za pomoci estetiky, psychologie, sociologie, ekonomie a politiky, pedagogiky i kulturní antropologie a empirických rešerší z ní vycházejících, a na skutečnost, že kritik kultury musí daný produkt masové kultury posuzovat jak na základě svých hodnot, tak i na základě hodnot,

---

[199] „Nyní je zapotřebí položit důraz na nerozdělitelný uzel schéma – variace, kde variace už není hodnotnější než schéma.“ ECO, Umberto. *Meze interpretace*. Praha: Karolinum, 2004. 1. vyd. 330 str. ISBN 80-246-0740-9 str.108

Přestože se Eco ve většině svých prací vyjadřuje ve smyslu, že schématické zůstávají základní kostry či obsahy (hlavní postavy, typy příběhů a happy endy atd.) a variují jen jednotlivé povrchové struktury (zápletka), v jedné části Skeptiků se vyjadřuje opačně: „„antropologická situace masové kultury se tak vykresluje jako neustálá dialektika mezi inovačními návrhy a prověřujícími a schvalujícími adaptacemi“ ECO, Umberto. *Skeptikové a těšitelé*. Praha: Svoboda, 1995.1.vyd., 417 s. ISBN 80-205-0472 s. 95. Tuto tezi, že nové jsou obsahy a prověřené a schématické jsou adaptace ale dále v textu opět převrací: „…vyvolávání efektních účinků a divulgace opotřebovaných forem, to jsou nejspíš dva základní póly, mezi nimiž osciluje definice midcultu a kýče“. Tamtéž str.97

[200] Vypracování sémiotiky variování jako sjednocujícího prvku masové kultury by navíc usnadnilo takřka neřešitelný problém s vypracováním komplexní teorie médií: „…dnes prostě není možné vypracovat, jak se o to kdosi pokusil „teorie der Massenmedien“. Bylo by to totéž jako pokusit se o „teorii příštího týdne“. ECO, Umberto. *Skeptikové a těšitelé*. Praha: Svoboda, 1995.1.vyd., 417 s. ISBN 80-205-0472 s.31

[201] „ V jistém ohledu je konzumní zboží do té míry vydařené, že pozornost uživatele se přemístí a upře k dokonalosti jeho struktury a dojde k tomu, že obdaří svěžestí, vkusností a zřejmostí stylegmata, která přitom nejsou předkládána poprvé, takže dochází k ojedinělému jevu, kdy se konzumní zboží stává uměleckým dílem a vůbec poprvé v v nebývale stimulující podobě předkládá tvůrčí postupy, které už vyzkoušeli jiní…Vytváří se dialektika mezi uměním usilujícím o originální zážitky a uměním usilujícím o uspořádání toho, co převzalo odjinud… Pochopitelně jde o záležitosti, které by bylo třeba kriticky prošetřit případ od případu, jenže i tentokrát estetická úvaha vymezuje jen optimální podmínky pro komunikativní zkušenost a neposkytuje odkazy pro posouzení jednotlivých případů.“ ECO, Umberto. *Skeptikové a těšitelé*. Praha: Svoboda, 1995.1.vyd., 417 s. ISBN 80-205-0472-9 s.130-131

které mu nyní nejsou vlastní – tedy na jakousi „kritickou interpretaci v rovině kulturní historie.“[202].

O ukázku určitého mustru pro české hudební recenze jsem se pokusila v sémiotické analýze recenzí, která je přílohou této práce. Jde však zcela jistě pouze o jeden z možných směrů, kterým je možné se vydat. Nevyřešenou otázkou zůstává, jak postupovat při vytvoření takovéto sémiotiky variování, abychom se sami vyhnuli variování. Její výsledná podoba totiž nejspíš bude sama tomuto fenoménu podléhat – opět půjde o schéma, do kterého se budou dosazovat různé proměnné. Její forma bude pak připomínat to, co je cílem její kritiky, a jako taková bude moct být nařčena z toho, že je opět jen výplodem masové kultury, o které se snaží něco říkat.

Přesto tuto snahu nepovažuji za předem ztracenou. Eco navrhuje, aby se problém neřešil globálně, ale aby pouze kulturní pospolitosti aktivně zasahovali do masových komunikací, které už se samy nedokáží řídit ani usměrňovat. Jak ale zjistit kdo nebo co jsou ty součásti kultury, které mohou kulturu masovou transformovat? I v tomto ohledu by mohlo být vytvoření sémiotiky schematismu (Eco v tomto smyslu hovoří o nutnosti „konstruktivní kritické analýzy“[203]), protože ačkoliv by sémiotika přímo neukázala na vhodný subjekt, dokázala by vyloučit subjekty nevhodné, kterými ostatně mohou být (a já se ve své práci pokouším dokázat, že jimi v jistém ohledu jsou) sami kulturní kritici (v tom smyslu jak je chápeme dnes, tedy jako subjekty zasvěcené do problematiky, privilegované a nejméně zasažené účinky masové kultury), na které mnozí autoři spoléhají (Eco aj.)). Až doteď totiž mnozí autoři vycházeli z faktu (či v něj doufali), že v masové kultuře existují dva typy subjektů. Intelektuálové („recenzenti umění“, „kritici kultury“, „mocenská elita“, „kulturní elita“) a konzumenti („masa“, „publikum“ aj.), přičemž intelektuálové nejsou zároveň konzumenty a naopak. Např. Eco z tohoto rozlišení v kapitole Skeptiků „Intelektuálovo odmítnutí“ vychází, ale zároveň upozorňuje na jeho past.[204]

Jedním z možných východisek by např. mohlo být zjištění, že případná transformace zmasovělé kultury vůbec neleží „na bedrech“ mediálních odborníků či kulturních kritiků,

[202] ECO, Umberto. *Skeptikové a těšitelé*. Praha: Svoboda, 1995.1.vyd., 417 s. ISBN 80-205-0472-9 str. 200
[203] ECO, Umberto. *Skeptikové a těšitelé*. Praha: Svoboda, 1995.1.vyd., 417 s. ISBN 80-205-0472 s. 59
[204] „Systém kulturního průmyslu předpokládá síť daností vzájemných, takže nakonec je do ní pojata i kultura *tout court*. Termín „masová kultura“ je sice nevyjasněný hybrid, v němž se dost dobře neví, co znamená kultura a co masa, i tak je však jasné, že z tohoto hlediska se o kultuře nedá uvažovat jako o něčem, co by se mělo členit podle nevyhnutelných požadavků Ducha nedotčeného existencí masové kultury….a přeformulovat i pojetí funkce „tvůrce a znalce kultury“.“ ECO, Umberto. *Skeptikové a těšitelé*. Praha: Svoboda, 1995.1.vyd., 417 s. ISBN 80-205-0472-9 str.16

ale že ji dokáží uskutečnit pouze ti, kteří jsou v ní uchyceni nejcitelněji. Sémiotika by si v rámci těchto úvah mohla vypůjčit již známé teorie o publiku. To je ovšem nyní, ještě zcela subjektivní dedukce samotného kritika.

Zdroje práce

Tištěné zdroje

Neperiodika - knihy

ADORNO, Theodor, W. Estetická teorie. 1. vyd. Praha: Panglos, 1997. 481 s. ISBN 80-902205-4-1

ADORNO, Theodor. Schéma masové kultury. Praha: Oikúmené, 2009, 62 stran, ISBN ISBN 978-80-7298-406-0

ADORNO - HORKHEIMER. Dialektika osvícenství. 1. vyd. Praha: Oikoymenh, 2009. 246 s. ISBN 978 – 80-7298 -267-7

BARTHES, Roland. Rozkoš z textu. 1. vyd. Praha: Triáda, 2008. 97 s. ISBN 978-80-86138-90-9

BARTHES, Roland. Lekce. In CHVÁLA MOUDROSTI. Bratislava: Archa, 1994, s.81-99. ISBN: 80-7115-077-0

BAUDRILLARD, Jean. Dokonalý zločin. Olomouc: Periplum, 2001. 180 str.,1.vyd. ISBN 80-902836-7-5

BLAŽÍČEK, Přemysl. Kritika a interpretace. 1. vyd. Praha: Triáda. 2002. 510s. ISBN 80-86138-46-1

BOURDIE, Pierre. Teorie jednání. Praha: Karolinum, 1998

BYSTŘICKÝ, Jiří a kol. Média, komunikace a kultura. Plzeň: Aleš Čeněk s.r.o., 2008. 94 s. ISBN 978-80-7380-117-5

ČERNÝ, Václav. Co je kritika, co není a k čemu je na světě. 1. vyd. Brno: Blok. 1968. 81s. ISBN 47-007-68

DELEUZE, Gilles, Film 1, Obraz - pohyb , Praha: Národní filmový archiv 2000

ECO, Umberto. O literatuře. Praha: Argo, 2002. 313 s. ISBN 80 -7203-588-6

ECO, Umberto. Meze interpretace. Praha: Karolinum, 2004. 1. vyd. 330 str. ISBN 80-246-0740-9

ECO, Umberto. Mysl a smysl. Praha: Moraviapress, 2000. 183 s. ISBN 80-86181-39-7

ECO, Umberto. Skeptikové a těšitelé. Praha: Svoboda, 1995.1.vyd., 417 s. ISBN 80-205-0472-9

FLUSSER, Vilém. Do universa technických obrazů. 1. vyd. Praha: Academia, 2001. 162 s. ISBN 80 – 238 -7569 -8

FOUCAULT, Michel. Diskurz, autor, genealogie. 1. vyd. Praha: Svoboda, 1994. 115 s. ISBN 80-205-0406-0

FOUCAULT, Michel. Myšlení vnějšku. 2. vyd. Praha: Herrmann&synové, 2003. 303 s. ISBN neuvedeno

FRAE, Northrop. Anatomie kritiky. 1. vyd. Brno: Host, 2003. 440 s. ISBN 80-7294-078-3

LIPOVETSKY, Gilles. Říše pomíjivosti (Móda a její úděl v moderních společnostech). 1. vyd. Praha: Prostor, 2002. 446 s. ISBN 80-7260-063-X

LIPOVETSKY, Gilles. Soumrak povinnosti (Bezbolestná etika nových demokratických časů). 1. vyd. Praha: Prostor, 2002. 311 s. ISBN 80-7260-008-7

MARCELLI, Miroslav. Michel Foucault alebo stať sa iným. 1. vyd. Bratislava: Archa, 1995. 133 s. ISBN 80-7115-099-1

McQUAIL, DENIS. Úvod do teorie masové komunikace. 2. vyd. Praha:Portál, 2002. 444 s. ISBN 80 -7178 -714-0

VIRILIO, Paul: Informatická bomba. 2. vyd. Červený Kostelec: Pavel Mervart, 2004. 167 s. ISBN 80 – 86818-04-4

WILDE, Oskar. Kritik umělcem. 1909, bez dalšího určení

WITTGENSTEIN, Ludvik. Tractatu logico-philosophicus. Praha: Oikoymenh, 2007. 87 s. ISBN 978-80-7298-284-4

ŽANTOVSKÝ, Petr. Hrobaři, ratlíci a čáryfukové. 1. vyd. Praha: Votobia, 2002. 120 s. ISBN 80-7220-130-1

Odborné publikace – slovníky

BAKER, Chris. Slovník kulturálních studií. Praha: Portál, 2006. 208 s. ISBN 80 -7367-099-2

BARTÁK, Jan a kol. Encyklopedický slovník. Odeon: Praha, 1993.1252 s. ISBN 80-207-0438-8

KOŽEŠNÍK, Jaroslav a spol. (hlavní redakce Československé encyklopedie AV). Ilustrovaný encyklopedický slovník. Academia: Praha, 1982. 976s, ISBN 505-21-856

OLŠOVSKÝ, Jiří. Slovník filosofických pojmů současnosti. Erika: Praha, 1999. 188 stran, I.vydání ISBN 168-01-99

REIFOVÁ, Irena. Slovník mediální komunikace. Portál: Praha, 2004. 328 s. ISBN 80-7178-926-7

WIKIPEDIE, otevřená encyklopedie[online]. 1. srpna 2007, poslední uživatelská aktualizace 25.5.2010, [cit. 28.7.2010]. Dostupný z WWW: < http://cs.wikipedia.org/wiki/Kritika> ISSN neuvedeno

Periodika – užité články odborné

ABBATE, Carolyn. Unsung Voices: Opera and Musical Narrative in the Nineteenth Century. Princeton: Princeton University Press, 1991

BARTHES, Roland. Smrt autora (1968). In: Aluze, roč. 10, č. 3. 2006. Přeložil Tomáš Jirsa z: „La mort de láuteur“(1968), in: Roland Barhes, Le bruissement de la langue, Essais critiques IV, Paříž, Éditions du Seuil 1984, s. 63-69

D´ORMESSON, převzato z Bulletinu Francouzské filosofické společnosti (Bulletin de la Société francaise de Philosophie), ročník 63, č. 3, červenec – září 1969, sv. LXIV. S. 73-104, uveřejněno v: FOUCAULT, Michel. Diskurz, autor, genealogie. 1. vyd. Praha: Svoboda, 1994. 115 s. ISBN 80-205-0406-0

HELGUERA, Pablo. Jak se pohybovat ve světě umění. Umělec, 2008, roč.1. str.27

WAHL, Jean, převzato z Bulletinu Francouzské filosofické společnosti (Bulletin de la Société francaise de Philosophie), ročník 63, č. 3, červenec – září 1969, sv. LXIV. S. 73-104, uveřejněno v: FOUCAULT, Michel. Diskurz, autor, genealogie. 1. vyd. Praha: Svoboda, 1994. 115 s. ISBN 80-205-0406-0

Periodika – recenze a kritiky

FENCL, O. Čechomor: Co sa stalo nové. Report, 7-8/2005, 15.roč. , strana 71. ISSN 1213-4708

KOCÁBEK, A. Nenie: Save Your Individuality. Rock&Pop, srpen 2006, 16.roč. , strana 61. ISSN 0862-7533

KOLOUŠKOVÁ, V. Weezer: Make Belive. Filter, 2005, roč. 3, strana 89. ISSN 1801-155

SLAVIK, Benjamin. Songwriter na scéně? Fake! Rock&Pop, 2007, ročník XIX, č. 2/289, str.17-18. ISSN 0862 – 7533

SLAVÍK, Benjamin. Česká indie scéna – neškodná hra o přestávce v ROXY? Rock&Pop, 2007, XIX, č. 3/ 290, str.56-59. ISSN 0862-7533

Elektronické zdroje

Internetové zdroje – recenze a kritiky

DARKSHINE. Muse – od alternativy až po komerční popík [online] Praha: Rockmag.cz, 4.8.2006, [cit.28. 7. 2010]. Dostupný z www: http://rockmag.cz/clanky/muse-od-alternativniho-rocku-po-komercni-popik

DVOŘÁK, Stanislav. Rottrová pop umí, ale jde hodně na jistotu. Novinky.cz [online]. Praha: 21. 12. 2009 [cit. 2010 -01 19]. Dostupný z www.novinky.cz/kultura/187434-rottrova-pop-umi-ale-jde-hodne-na-jistotu.html

HRUŠKA, Marek Gabriel. Říkají, zpívej si, Maruško, zpívej si…Musicserver [online]. Praha: 14.01.2010. [cit. 2010 -01 19]. Dostupný z www http://musicserver.cz/clanek/28622/Marie-Rottrova-Stopy. ISSN 1803-6309

RUSTY. Eminem: V drogách už nejedu, říka na svém novém albu Recovery [online]. HipHopStage: 12. 8. 20010, [cit. 18. 8. 2010]. Dostupný z www: http://www.hiphopstage.cz/recenze/eminem-v-drogach-uz-nejedu-rika-na-svem-novem-albu-recovery/

FRANZ, Lukáš. Tucznak versus Nanoru (online). Ústí nad Labem: 15. 11. 2005 (citováno 14. 7. 2010). Dostupný z WWW: <http://tucznakfiles.wz.cz/extra/tucznak_vs_nanoru.pdf >

SLAVÍK, Benjamin.Recenze Roe Deer - 2nd Floor Boy . Musiczone.cz [online]. Praha: 05. 04. 2006[cit. 2010 -07-07]. Dostupný z http://www.musiczone.cz/recenze-1427/roe-deer-2nd-floor-boy

SLAVÍK, Benjamin.Na cestách s kapelou Roe-Deer. Musicserver.cz [online]. Praha: 16.06.2006 [cit. 2010 -07-07]. Dostupný z http://musicserver.cz/clanek/15246/Na-cestach-s-kapelou-Roe-Deer

SLAVÍK, Benjamin.Indie show v Akropoli s novou deskou Roe-deer. Musicserver.cz [online]. Praha: 05.10.2006 [cit. 2010 -07-07]. Dostupný z http://musicserver.cz/clanek/16421/Roe-Deer-Fortunas-Favourites-Palac-Akropolis-Praha-4-10-2006

SLAVÍK, Benjamin. Popové hity jak mají být. Musicserver.cz [online]. Praha: 04.10.2006 [cit. 2010 -07-07]. Dostupný z http://musicserver.cz/clanek/16372/Roe-Deer-Take/

UNIVERSAL MUSIC. Universal (online). Praha: 2007. [cit. 2010-01-19]. Dostupný z www http://www.universal.cz/interpret/marie-rottrova/biography

VLASÁK, Vladimír. Nově vydané Stopy jsou pro Rottrovou ta pravá deska. Idnes [online]. Praha: 22.11. 2009 [cit. 2010 -01 19]. Dostupný z www: http://kultura.idnes.cz/hudba.asp?c=A091120_170632_hudba_ob

Internetové zdroje – odborné články

BYSTŘICKÝ, Jiří. Postmoderní koncepce kultury a umění [online]. Praha: únor 2000 [cit. 2009-10-21]. Vyd. Fakulta humanitních studií UK. Přístupno z http://www.fhs.cuni.cz/media/publikace/texty/pkoncepce.htm

BALUŠEK, Honza. Pět nejčastějších omylů čtenářů Musicserveru (online). Praha: IMEG s.r.o.,19.05.2008 [cit. 14. 7. 2010]. Dostupný z www: http://musicserver.cz/clanek/22271/Pet-nejcastejsich-omylu-ctenaru-musicserveru. ISSN 1803-6309

ČULÍK, Jan. Historie cenzury v Čechách. Britské listy [online]. Archiv vydání 1996-2001. [cit. 28.7.2010]. Dostupné z <http: http://www.blisty.cz/files/isarc/9808/19980810d.html >. ISSN 1213-1792

ERICKSON, Gregory. Explorations in the Language of Music Criticism. Enculturation, Vol. 2, No. 2, jaro 1999

CHESTER, Andrew. For a Rock Aesthetic. New Left Review, [online], 59/1970 str .83-96. [cit. 30.7.2010]. Dostupné z < http://www.tagg.org/others/chester.html >

ZEMAN, Zbyněk. Také si hýčkáte svého kritika? [online]. FOLKtime: 4. 4. 2008, [cit. 14. 7. 2010]. Dostupný z < http://www.folktime.cz/fejetony/take-si-hyckate-sveho-kritika.html>

Lidské zdroje

MARTINEK, Pavel, člen skupiny Tři sestry, rozhovor na téma, které typy recenzí zajímají jednotlivé členy hudební skupiny. Zdroj: osobní archiv autora

PALEC, Andrej, zpěvák skupiny Roe – deer, rozhovor zdroj: osobní archiv autora

PŘÍLOHA

Sémiologický rozbor recenzí

obsahová analýza publicistického textu

Cílem praktické části mé práce je analýza samotných publicistických textů – hudebních recenzí. Ve dvou rozborech (tentýž produkt posuzovaný různými autory a různé produkty posuzované jedním autorem) se pokouším demonstrovat schematičnost v metareferování, šablonovitost psaní v kulturní kritice, konvečnost panující mezi hudebními publicisty i charakteristiku postmoderních přístupů, v jejichž rámci se autor recenzí může vyjadřovat nejasně, či dokonce protichůdně.

Sémiologický rozbor téhož produktu v rámci různých diskurzů – médií (autorů)

Sémiologický rozbor referování o dané hudební osobnosti či počinu v rámci různých diskurzů (médií), ve kterých je uchopována, by měl objasnit, kterak se diskurz samotný podílí na konečné podobě mediálního produktu (recenze, kritika). Vybrány jsou ty diskurzy – média, které jsou na sobě (relativně) ekonomicky, a tudíž by měli být i obsahově, nezávislé, a které optimálně pokrývají spektrum nejčtenějších a veřejností nejuznávanějších českých médií, které pravidelně přinášejí hudební recenze. Následná analýza osvětluje, že tomu tak není, a že každý soud, který se jeví jako na sobě navzájem nezávislý, funguje v rámci svého diskurzu obdobně, obsahová stálost je jen překryta výstřelky daného autora – individuality. Recenze se stávají masovým produktem, jehož úspěšné zacílení je měřeno nikoliv relevantním hodnotovým soudem, ale mírou udržení pozornosti. „Je třeba mít něco pro všechny, aby nikdo nemohl uniknout, proto se vybrušují a propagují rozdíly. Zásobování publika hierarchicky odstupňovanými kvalitami sériově vyráběného zboží slouží jen o to úplnější kvantifikaci. Každý se má jakoby spontánně chovat podle své „úrovně“ předem určené indiciemi a sahat jen po té kategorii masového produktu, která je prefabrikována pro jeho typ.“[205](Zákazník volí svůj diskurz, který je mu předem nabídnut.)

[205] ADORNO - HORKHEIMER. *Dialektika osvícenství.* 1. vyd. Praha: Oikoymenh, 2009. 246 s. ISBN 978 – 80-7298 -267-7 str. 125

Při porovnávání jednotlivých mediálních výstupů si budu všímat především těchto oblastí

- účinek, který má sdělení či jeho část vyvolat na straně adresáta (Piercův „interpretans“)
- způsob realizace (token) za stálosti obsahu (type) u jednotlivých sdělení (zpráva, recenze) – tj. způsob obměn povrchových forem za obsahové stálosti či podobnosti
- performativní aspekty výpovědi – rozdělení sloves dle Austinových a Searlových klasifikačních skupin. Způsob výběru klíčových sloves objasňuje způsob, kterým je čtenář formován

Promo „zpráva“[206] od vydavatelství Universal, které aktuální desku interpretky zaštituje. Aktualita o jejím novém počinu je souběžně zařazena do rubriky „aktuální zprávy“ a „biografie Marie Rottrové“

Marie Rottrová – Stopy (nové album)

Noblesní dáma českého popu, stálice, která díky svému nezaměnitelnému charismatickému projevu, vzezření i citlivému výběru repertoáru nikdy neztratila přízeň fanoušků, přichází po dlouhých osmi letech s novým albem. Nese symbolický název “Stopy”. Přináší sympatickou kolekci písní, které navzdory tomu, že pocházejí od zdánlivě širokého spektra autorů plynou ve velmi soudržné a jednolité náladě čímž vytvořili přesvědčivý a konzistentní tvar alba, které se opravdu skvěle poslouchá. Ozdobou je mimo jiné křehká skladba zesnulé Z. Navarové “Žaluzie” (pilotní singl), která přes svou smutnou náladu jakoby symbolizuje poklidnou náladu této milé desky s až písničkářskou atmosférou. Podle jmen některých autorů se lze i dovtípit proč tomu tak je. Autorsky se zde zaskvěli mimo jiné P.Milcová, V.Kučaj nebo P.Jíšová a texty přispěli např. Z.Vřeštál, J. Nohavica a H.Sorrosová.[207]

Sémiologický rozbor

Bezprostřední interpretans: Marie Rottrová vydala novou desku Stopy.

Dynamický interpretans: záměrem sdělení jakožto znaku je vyvolat v příjemci sdělení touhu po nákupu produktu. Krátké a čtivé sdělení plné superlativ má navodit „příjemnou sváteční“ atmosféru, která je spojena s nákupem produktu.

[206] Zpráva je informace o společensky významné či společensky zajímavé události nebo novém faktu. Zpráva pravdivě, přesně, stručně a jasně konstatuje fakta. Cit. HLAVNÍ REDAKCE ČESKOSLOVENSKÉ ENCYKLOPEDIE. *Ilustrovaný encyklopedický slovník* 1. vyd. Praha : Academia, 1982. 976 stran

[207] UNIVERSAL MUSIC. Universal (online). Praha: 2007. [cit. 2010-01-19]. Dostupný z WWW http://www.universal.cz/interpret/marie-rottrova/biography

Dynamický interpretans je zde podpořen především citově zabarvenými adjektivy: noblesní (tj. vybraná, luxusní, netradiční), charismatická (tj. uhrančivá, jedinečná, kouzelná), citlivý výběr (tj. promyšlený, na posluchače zacílený, propracovaný), sympatická kolekce (tj. vzbuzující sympatie a preferované pozitivní stavy na straně nakupujícího), přesvědčivý a konzistentní (tj. pádný, nesporný a zároveň pevný a nevyvolávající rozpor), křehká skladba (tj. výjimečná, citlivá), poklidná a milá deska (tj. pozitivní a idylická, takřka až s písničkářskou atmosférou – konotace: oheň, soudržnost, vřelost, upřímnost

Type – sdělení, jež má odkazovat na heroičnost interpreta tím, že při své cestě za výsledkem (vydání CD) „překonal překážku“. Tato skrytá sdělení jsou pravidelnou součástí „zpráv“od vydavatelství, a pro jejich emocionální podtext jich využívají i recenzenti.

Token: „navzdory tomu, že pocházejí od zdánlivě širokého spektra autorů plynou ve velmi soudržné náladě čímž vytvořili… (, že se album) skvěle poslouchá.“

Užitá slovesa jako např.: přichází (po dlouhých osmi letech s novým albem)…, přináší (sympatickou kolekci písní)… je (ozdobou)... lze se (dovtípit) lze dle Austinova rozdělení zařadit i mezi lokuční slovesa – tj. slovesa sdělování i do reprezentativů (Searlova modifikace Austinova rozdělení ilokučních aktů) – ilokučních aktů typů tvrzení a oznámení, neboť záměrem mluvčího (hudební vydavatelství) je jistě užitím daných slov vyvolat účinek u adresáta (touha po produktu). O neurčité linii v oddělování performativních a konstitutivních výpovědí se ve své knize „Jak se co dělá slovy“ zmiňuje i sám Austin. Výpověď se ale v tomto případě bude řadit spíše k ilokučním řečovým aktům, neboť mluvčí má silný vliv na to, co je sdělováno (což v případě lokačních aktu nemá).

Recenze z nejúspěšnějšího českého hudebního serveru Musicserver

Říkají: Maruško, zpívej si, Maruško...

Marie Rottrová, ta první dáma *českého* soulu! V historii naší populární hudby zanechala nemalé stopy. Její nové, osm let očekávané album nese svým způsobem neopodstatnitelný název "Stopy". Ty v nás ale zanechají nejspíše jen verše o tom, že to nebyla láska, ale sport, kdo v cílové pásce má dort...

Maruška Rottrová je jiná než ta skromná princezna z pohádky "Byl jednou jeden král". Tato žena bude brzy slavit sedmdesátku, nikomu nevnucuje fanatické postoje a překvapivě se ani nesnaží oslovit "mladší publikum" či věkově inovovat své fanouškovské kruhy. Mezi lidmi je ale zhruba stejně oblíbená jako ta pohádková, sůl postrádající naivka.

Deska "Stopy" vyšla začátkem listopadu, tedy v polovině podzimu a jejími kmotrami se stala překvapivá dvojice žen. Kupodivu Lucie Vondráčková a k nepodivu Hana Sorrosová, která na album přispěla čtyřmi svými texty. Mezi další povědomá jména spjatá se vznikem nahrávky patří kupříkladu Jarek Nohavica, Pavla Milcová, Zdeněk Vřešťál, Filip Benešovský, Pavlína Jíšová nebo Petr Hubacz. Pilotním singlem se stala posmutnělá píseň "Žaluzie" čitelného rukopisu Zuzany Navarové, která ji pro Rottrovou napsala krátce před svou smrtí. Album obsahuje deset písní, převážně akustických lyrických balad. Dále nabízí duet s Petrem Němcem a soubor velice vlezlých, příjemných a milých popěvků. Zcela nově a překvapivě ukazuje i folkovější cítění a pěvecký um paní Rottrové, bohužel ale může navodit i pocit jemného zklamání.

Napsat, že Marie Rottrová stárne, by bylo velice nevhodné. Řekněme, že zraje. V jejím zpěvu se místy objeví přinejmenším podezřelý chrapot, více zarážející je ale téměř nepovedená postprodukční snaha ho zahladit. Zvuk alba je neinvenční a z určitého pohledu desce škodí. Písně jsou hudebně pestré a zpěvné, zkrátka mistrovské kusy, které díky shůry sestoupenému hlasu ostravské Marušky velice sytě a nádherně vyznívají. Textově jsou zvláštní - stupidní a jednoduché nebo obrazné a hravé (odpověď možno najít po poslechu). Jisté ale zůstává, že všechny "Stopy" jsou vyplněny zvukem ohraných a dlouho zaprášených keyboardů a jejich technicky prostý zvuk nutí pozastavit se nad tím, jedná-li se o nepovedené studiovky, nebo velmi zdařilé demonahrávky.

Z jiného pohledu je nezbytné uznat a ocenit, že jde o standard Marie Rottrové, která mistrovsky nabízí přesně to, co se od ní očekávalo. Povedenou desku pro *její* posluchače, která jejich řady a generace upřímně potěší, protože zprostředkuje přesně to, co si přáli, na co se těšili a co mají doopravdy rádi a rádi již několik desetiletí. Publicisté a kritici mohou psát a hodnotit cokoliv, důležitý však zůstává jen pocit, který staronová Maruška všem příznivcům opět bezpochyby zajistila.[208]

4/10

Sémiologický rozbor

Bezprostřední interpretans: Marie Rottrová vydala novou desku Stopy

Dynamický interpretans: záměrem sdělení jakožto znaku je vyvolat v příjemci pocit „dobře vykonané práce“ autora recenze, který svůj subjektivní soud založil na podrobném zkoumání textové i hudební složky alba, svou kritiku zařadil do širšího kontextu a v závěrečném grafickém hodnocení se jasně vymezil (4/10 – podprůměr)

[208] HRUŠKA, Marek Gabriel. *Říkají, zpívej si, Maruško, zpívej si.*…Musicserver [online]. Praha: 14.01.2010. [cit. 2010 -01 19]. Dostupný z WWW http://musicserver.cz/clanek/28622/Marie-Rottrova-Stopy. ISSN 1803-6309

Že výsledkem dynamického interpretansu není vyslovit skutečný názor, ale spíše „prodat“ vlastní schopnost zcela se nevymezit určují především citově zabarvená adjektiva a výrazy, které si vzájemně odporují:

„neopodstatnitelný název "Stopy" (stopy jako mention)… zanechala nemalé stopy…“ (stopy jako use) – autor uznává zásluhy (šlápoty, zářezy) zpěvačky, aby v následném hodnocení název její „dlouho očekávané desky“ nazval neopodstatnitelným.

„Tato žena bude brzy slavit sedmdesátku, nikomu nevnucuje fanatické postoje a překvapivě se ani nesnaží oslovit "mladší publikum" či věkově inovovat své fanouškovské kruhy“ (To je dobře nebo špatně?). „Mezi lidmi je ale (spojka „ale“ jasně udává vymezení se vůči předchozímu, které ovšem nebylo zřejmé, pozn. autora) zhruba stejně oblíbená jako ta pohádková“ (ta zřejmě u širší veřejnosti oblíbená je), „sůl postrádající naivka“ (naivka – konotace: hloupá, nepředvídavá, negativně znějící substantivum).

Z „překvapivé dvojice žen“ je jedna „kupodivu“ a jedna „k nepodivu“ – celá dvojice tedy zas tak překvapivá není.
„Pocit jemného zklamání, napsat, že Marie Rottrová stárne, by bylo velice nevhodné“ (už je to napsáno, konotace: horší hlasový projev, neinvenčnost), „podezřelý chrapot, neinvenční zvuk, který desce škodí“ (z „určitého pohledu“, není ale jasné z kterého) versus „mistrovský um“ (denotace: umět), „hudebně pestré mistrovské kusy“ (asi ty neinvenční), „nádherně vyznívají“ (ač následně jde o nepovedené studiovky či demo nahrávky, konotace demo nahrávka: nevybroušená, nepropracovaná) atd.

Type – sdělení, jež má odkazovat na heroičnost interpreta tím, že při své cestě za výsledkem (vydání CD) překonal překážku.

Token: „V jejím zpěvu se místy objeví přinejmenším podezřelý chrapot…Marie Rottrová ale mistrně nabízí povedenou desku, upřímně potěší, bezpochyby zajistila…“

Podmínky diskurzu: sepjetí s hudebním vydavatelství (nutnost desku recenzovat), vysoká možnost osobní exhibice (webové stránky bez korektora) daná i možností delšího slovního vyjádření, nutnost udržet pozornost čtenáře, který relevantní informace jinak vyhledává

v tištěných médiích. Osobní exhibice autora tu má reklamní charakter. „Realitě přiměřené rozhořčení se stává obchodní značkou toho, kdo přinesl podniku novou ideu“[209]

Performativní aspekty výpovědi: Ilokuční slovesa : zanechají (…ty v nás ale zanechají...) je nezbytné[210] (uznat a ocenit) – expresivy/direktivy (dle Searlovy modifikace). „ty v nás ale zanechají“ znamená „zanechávají ve mne“ – mluvčí vyjadřuje expresivně svůj vnitřní pocit. Užitím „je nezbytné uznat a ocenit“se míní „ty uznej a oceň“ – mluvčí nabádá adresáta k jednání.

Recenze z Mladé fronty DNES, uveřejněné též na webových stránkách deníku

Nově vydané Stopy jsou pro Rottrovou ta pravá deska

Vkusné, uměřené, důstojné. Nová deska Marie Rottrové nevybočuje z představ, které si o zpěvačce utvořila řada jejích posluchačů. Křehčí popfolkový zvuk alba přenesl větší důraz na texty, mezi nimiž si Rottrová uměla vždy dobře vybírat.
Album Stopy není výjimkou. Milostná písnička Žaluzie od Zuzany Navarové má až pohádkově poetický rozměr, přitažlivou i jemnou melodii, ve které se odráží chvění latinských rytmů, je velkou perlou alba. Rottrová ji zpívá suverénně, svěžím hlasem, dává nahrávce až magickou náladu.

V písni Nebyla to láska zpěvačka zdůrazní výborný cit pro rytmus, kterým potvrdí své legendární přízvisko Lady soul. Vlastně je zajímavé, že klíčové texty napsaly ženy včetně Pavlíny Jíšové (Náměsíčná laň), Navarové či Pavly Milcové (Medonosná), které "zařídily" mírný posun alba k folku.

Hana Sorrosová, spoluautorka titulní balady Stopy, se vkusně trefila spíš do minulosti, rozuměj do všeobecně zažitého pěveckého profilu Marie Rottrové. Není to chyba. Stopy, zdařilý duet Marie Rottrové s Petrem Němcem, dávají desce jakousi pojistku tradice. Včetně dvou skladeb s texty Jaromíra Nohavici.

Hudební doprovod je usazený, příliš nevyniká, ale ani nepřekáží zpěvu Marie Rottrové. Zpěvačka si vybrala velmi dobré písně, které nepotřebovaly okatá aranžmá. Zvláště když znakem alba je vnitřní křehkost, vyváženost a hudební prostota. A takhle, s hlasem Marie Rottrové, který se příjemně poslouchá ve zralých i svěžích barvách a na kterém záleží především, vyznívají písně nejpřirozeněji.

---

[209] ADORNO - HORKHEIMER. *Dialektika osvícenství.* 1. vyd. Praha: Oikoymenh, 2009. 246 s. ISBN 978 – 80-7298 -267-7 str. 133

[210] O typu recenzentů a kritiků, kteří se vyjadřují podobnými souslovími, se Petr Žantovský ve své klasifikaci vyjadřuje jako o „Blahorodích“: „Chce-li Blahorodí dát najevo, že o následujícím tvrzení se nepřipouští sebemenší diskuse, zahájí větu slovy: Každý přece ví, všichni znají ze své zkušenosti, nikdo nemůže pochybovat, všeobecně je známo...**“** ŽANTOVSKÝ, Petr. *Hrobaři, ratlíci a čáryfukové.* 1. vyd. Praha: Votobia, 2002. 120 s. ISBN 80-7220-130-1. str. 35

MarieRottrová:Stopy

CD36:56min.

Hodnocení MF DNES: 70 % [211]

Sémiologický rozbor

Bezprostřední interpretans: Marie Rottrová vydala novou desku Stopy.

Dynamický interpretans: záměrem sdělení jakožto znaku je vyvolat v příjemci pocit „dobře vykonané práce“ autora recenze, který chválí zpěvačku za její výkon, vyzdvihuje hned několik aspektů desky, přičemž nakonec soudu se ještě jasně vymezuje graficky .

Že výsledkem dynamického interpretansu není nabádat spotřebitele ke koupit produktu jako spíše se nevymezit zcela přesně, a ponechat si tak určitou možnost rozptylu svých následných soudů, naznačují především tyto výrazy:

70% jako konečné grafické hodnocení – konotace: lepší průměr (který průměrné desce dává i následující recenzent, jehož soud ale celkově vyznívá o poznání negativněji. Autor tak závěrečným nonverbálním resumé přeci jen trochu sráží své předcházející verbální hodnocení)

„Vkusné, uměřené, důstojné, zpívá suverénně, svěžím hlasem, výborný cit pro rytmus, ta pravá deska…“ což je ovšem něco, co „nevybočuje z představ, které si o zpěvačce utvořila řada jejích posluchačů“ (konotace: zastaralé (ale i „prověřené“), neinvenční), co se „trefuje spíš do minulosti a do všeobecně zažitého pěveckého profilu“ (konotace: zastaralé, přežité, neinvenční), zkrátka „pojistka tradice“ (konotace tradice: zvyklost ale i přežitost). „Vkusné písně“ nepotřebují „okatá aranžmá“ (konotace: vůbec nemají aranžmá nebo nejsou z nějakého důvodu zjevné), „přirozené vyznění“ (pozitivní konotace) je záležitostí „hudební prostoty“ (negativní konotace).

Type – sdělení, jež má odkazovat na heroičnost interpreta tím, že při své cestě za výsledkem (vydání CD) „překonal překážku“.

Token: „Marie Rottrová má všeobecně zažitý pěvecký profil, nevybočuje z představ“…, ale „Rottrová si vždy uměla dobře vybírat a proto je to pro ní ta pravá deska.“

[211] VLASÁK, Vladimír. *Nově vydané Stopy jsou pro Rottrovou ta pravá deska*. Idnes [online]. Praha: 22. 11. 2009 [cit. 2010 -01 19]. Dostupný z WWW http://kultura.idnes.cz/hudba.asp?c=A091120_170632_hudba_ob

Podmínky diskurzu: sepjetí s hudebním vydavatelstvím (nutnost album upřednostnit), nutnost v rámci omezeného prostoru referovat o informacích (autoři, spoluautoři) upozadňuje osobní exhibici, která se může projevovat již ne v rámci vyšších větných celků, ale v rámci jednotlivých spojení (např. „ve zralých i svěžích barvách“ – které barvy jsou zralé a které svěží? Jsou zralé nutně nesvěží?)

Performativní aspekty výpovědi – použitá ilokuční slovesa: je (vkusné, uměřené, důstojné), nevybočuje, není (výjimkou), je (usazený, znakem je vnitřní křehkost) - reprezentativy

Recenze z deníku Právo, která je též uveřejněna na inter.stránkách Novinky.cz

Rottrová pop umí, ale jde hodně na jistotu

Nenápadná elegantní dáma českého popu Marie Rottrová vydala po delší době album Stopy, desku ne dokonalou, ale dobrou. Není pochyb o tom [146], že její dlouholeté příznivce nadchne.

Zpěv Marie Rottrové je stále nesmírně příjemný, uklidňující, střídmý a přesný v emocích. Převážnou část desky tvoří jako vždy balady, např. výborná Žaluzie s náznakem latiny. Příjemná kytara se snaží trefovat do nálady popových desek pozdního Claptona, aranže jsou jemné a vkusné a celé to do sebe skvěle zapadá.

Jen čtvrtá píseň Nebyla láska Rottrové nesedla. Skladba, která velmi těžkopádně usiluje o tanečnost, je korunována brutálním klišé v podobě rýmu "láska-sázka", za který by se měli autoři bičovat. Už chybí jen "láska-páska".

Texty jsou jinak stoprocentní romantika ze staré školy, nic proti tomu, ale upřímně řečeno, chvílemi zazní i vyčpělejší metafory. Aby nedošlo k nedorozumění, Stopy nejsou špatná deska, v rámci domácí popové scény je dokonce velmi dobrá, přece jen ale dost předvídatelná, zejména v textech, a některé náročné posluchače to může kapku nudit.

Celkové hodnocení: 70 % [212]

Sémiologický rozbor

Bezprostřední interpretans: Marie Rottrová vydala novou desku Stopy.

[212] DVOŘÁK, Stanislav. Rottrová pop umí, ale jde hodně na jistotu. Novinky.cz [online]. Praha: 21. 12. 2009 [cit. 2010 -01 19]. Dostupný z www.novinky.cz/kultura/187434-rottrova-pop-umi-ale-jde-hodne-na-jistotu.html

Dynamický interpretans: záměrem sdělení jakožto znaku je vyvolat v příjemci pocit „dobře vykonané práce“ autora recenze, který svůj subjektivní soud založil na krátkém leč efektním a informačně bohatém komplexním hodnocení, přičemž nakonec soudu se ještě jasně vymezil graficky (70% - lepší nadprůměr)

Že výsledkem dynamického interpretansu není vyslovit skutečný názor, ale spíše „prodat“ vlastní schopnost zcela se nevymezit určují opět vybrané výrazy, které si vzájemně odporují:

„Elegantní dáma nadchne své příznivce... její projev je příjemný, uklidňující a přesný v emocích“ (konotace „přesný v emocích“ = snadno identifikovatelný, ale i vyumělkovaný). „Příjemná kytara, jemné a vkusné a celé to do sebe skvěle zapadá…“ až na „…brutální klišé, vyčpělejší metafory a předvídatelnost“ (této „dobré desky“)… deska je to ale „dokonce velmi dobrá“, která své „nadšené posluchače může kapku nudit.“

Type – sdělení, jež má odkazovat na heroičnost interpreta tím, že při své cestě za výsledkem (vydání CD) překonal překážku.

Token: „Rottrová pop umí, ale jde hodně na jistotu“ (či opačně – ačkoliv vsází na jistotu, cílem je nakonec pozitivní hodnocení – „umí“– konotace sdělení: „jít na jistotu“ znamená neuspět)

Podmínky diskurzu: Sepjetí s hudebním vydavatelstvím, velmi krátké texty upřednostňují pouze základní relevantní informace (kdo udělal co a čemu se to podobá), cílí na emotivní složku, rozvité přívlastky, popisy nálad. Osobní exhibice se opět týká sousloví („stoprocentní romantika ze staré školy“)

Performativní aspekty výpovědi – použitá ilokuční slovesa: je (příjemný, přesný, předvídatelná, korunována jsou vkusné, nejsou špatná deska), snaží se (trefovat), chybí – reprezentativy

Nadchne, může (nudit), nedošlo k nedorozumění – direktivy/expresivy. Mluvčí sděluje co ho nadchlo (či nudilo) a nabádá adresáta, aby se pro záležitost také nadchnul či jí byl nuděn. „Aby nedošlo k nedorozumění“ je ilokuční výraz, jímž mluvčí nabádá adresáta k jednání (aby byl ostražitý při porozumění) - direktiv

Úloha recenzenta (jakožto individuality) je především osobní exhibice, jejíž cílem je udržení pozornosti čtenáře, a následný vlastní profit z důkladnějšího se uchycení v mocenské struktuře médií podávajících informace obdobného typu. Záměrem autora je jasně se nevymezit a ponechat prostor pro rozptyl hodnotového soudu, nutností je užití ilokučních slovních spojení, která vzbuzují dojem kompetentnosti autora a nabádají čtenáře k souhlasu s autorem. [213]

Zdá se, že zatímco u elektronických médií můžeme sledovat pokus o razantnější „vymezení se“, média tištěná v tomto ohledu balancují na hranici dichotomie doporučit/nedoporučit či líbí/nelíbí mnohem „krkolomněji“. Jak se pokusím ukázat na následujícím sémiologickém rozboru, v němž naopak zkoumám různé produkty (CD, koncertní vystoupení) téhož autora, není tato větší míra svobody dána záměrem podávat srozumitelnější a jasnější informace – naopak, hodnotový rozptyl u internetového autora může být ještě silnější, ač je tato tendence patrná až v čase (při porovnávání jednotlivých výstupů) a nikoliv v jednom výstupu samotném. Je to dáno tím, že i záměrem autora neplaceného odborného internetového serveru je jeho vlastní uchycení se v mocenské struktuře (dosáhnout na média placená), a následný prodej svého jména a svého média (diskurzu).

[213] Nezbytnosti jasně se nevymezit a ponechat si rozptyl pro hodnotový soud si u kritiků povšimnul i americký historik Northrop Fray, který zkoumal způsoby literární kritiky. Fryův příklad lze uvést jakožto rozšíření z pole hudební recenze na pole literární (divadelní, filmové) kritiky.
Fryeův příklad, kterak lze náhodně vybrané „klasiky“ literatury svévolně zařadit do „nižší“ i „vyšší“ třídy a ještě si svůj postoj náležitě obhájit. Frye zařazuje Shakespeara, Miltona a Shelleyo. Cit.:

1. Shelley je zařazen do nižší třídy, protože oproti ostatním má nedokonalou techniku a povrchnější myšlení
2. Miltona zařazuje do nižší třídy, protože náboženské zpátečnictví a těžko stravitelná dogmatičnost narušují spontánnost jeho projevu
3. Shakespeara zařazuje do nižší třídy, protože značný odstup od ideí činí z jeho drama spíše obraz života než tvůrčí pokus o jeho zdokonalení
4. Shakespeara zařazuje do vyšší třídy, protože zachovává integritu básnického vidění, jež je u ostatních zastíněna didaktičností
5. Miltona zařazuje do vyšší třídy, protože jej průnik k nejhlubším tajemstvím víry staví nad Shakespearovu světskost a Shellyho nezralost
6. Shellyho zařazuje do vyšší třídy, protože jeho láska ke svobodě promlouvá k srdci moderního člověka bezprostředněji než ti básníci, kteří uznávali zastaralé společenské a náboženské hodnoty.

„…s některými z těchto takzvaných „stanovisek“ bude čtenář sympatizovat víc, s jinými méně. To v něm nakonec vzbudí mylný pocit, že z předložených variant musí být jedna správná a že je důležité rozhodnout, která to je. Než se mu to podaří, uvědomí si bezobsažnost svého počínání a pochopí, že celý postup má povahu úzkostné neurózy vyvolané moralistními cenzory“ FRAE, Northrop. *Anatomie kritiky*. 1. vyd. Brno: Host, 2003. 440 s. ISBN 80-7294-078-3. str.41-42

Sémiologický rozbor recenzí na týž produkt u jednoho autora – individuality (v různých diskurzech - médiích)

Sémiologický rozbor referování o dané hudební osobnosti či počinu u jednoho autora (individuality), ale v rámci různých médií (různých diskurzu), názorně ukazuje na svévolnost, s jakou je o dané skutečnosti referováno u autora subjektivních žánrů. Autor jakožto diskurz je pevně uchycen v mocenské struktuře, míra svobody slovních kreací a striktně subjektivních názorů je ale omezena jen nepatrně. Sémiologický rozbor jakéhosi vývoje názoru jednoho autora - publicisty v rámci utváření mediální identity téhož hudebního interpreta poukazuje na četnost a razanci, s jakou jsou obměňovány povrchové formy referování. Záměrně je vybráno médium elektronické, které je nejnázornější („nejsvobodnější“) – zároveň se ale jedná o společensky nejprestižnější hudební server, který je mediálním partnerem velkých hudebních festivalů a uznávaným zdrojem informací, a zároveň prestižní médium tištěné, v němž se autor „uchytil“ později.
Vybraný autor je současně působí jako novinář v tištěných médiích, pravidelně přispívá do konkurenčních médií – tištěných i elektronických (současně Musizone, Musicserver, Freemusic, idnes.cz) – působí tedy v rámci různých diskurzů.

Při porovnávání jednotlivých mediálních výstupů si budu všímat především těchto oblastí

- účinek, který má sdělení či jeho část vyvolat na straně adresáta (Piercův „interpretans“)
- prezentace povrchové formy (slovní kreace autora, především užité performativní aspekty výpovědi, denotace) – tj. „jak“ je obměňována povrchová forma
- vyznění obsahu pro čtenáře (konotace) – tj. jak tato prezentace slovního stylu působí na čtenáře (ironie, skryté narážky, celkové vyznění)
- podmínky diskurzu – „proč“ je obměňována povrchová forma

Autor recenzí: Benjamin Slavík
Hudební médium: Musicserver, Musiczone, Rock&Pop
Sledovaný vývoj názoru k „produktu“: kapela Roe-deer

1. Roe Deer - 2nd Floor Boy. Recenze desky (singlu) - 05. 04. 2006. Hudební Server Musiczone.

Jedním z prvních u nás vydaných singlů je pilotní singl "2nd Floor Boy" z právě připravovaného alba pražské kapely Roe-Deer. Skvěle napsaná kytarová písnička s výraznou melodií, chytlavými backgroundy (jedna z nejsilnějších zbraní Roe-Deer) a nasládlým Andrzejovým zpěvem. Písnička se veze na obdobné vlně jako skladby z posledního alba "Lollipop".

Největším posunem a kladem je výtečný zvuk a produkce, které se neujal nikdo jiný než Jan P. Muchow, který by údajně měl produkovat celou novinku.Jako B-stranu kapela zvolila zajímavou skladbu "KooKee", píseň lehce odkazující na lasvegaské hvězdy The Killers, s výraznou Šmityho basou a táhlým vokálem. Nemohu si pomoci, ale obě písně, především pak titulní "2nd Floor Boy" jsou přesně ty skladby, které by bez problému mohly být vystřeleny do rádiovými éterů a stát se hity hitparád, mají k tomu veškeré předpoklady, což samo o sobě nic samozřejmě neznamená. Pokud ano, tak ať mi někdo vysvětlí proč už rádia hojně neprotáčejí "Isolated" od Southpaw.[214]

Sémiologický rozbor

Bezprostřední interpretans: nový singl od kapely Roe Deer „stojí za to“

Dynamický interpretans: záměrem sdělení jakožto znaku je pobídnout čtenáře k souhlasu s autorem, a k následnému dalšímu nákupu autora (recenze): „nemohu si pomoci, ať mi někdo vysvětlí“.

Obměna povrchových forem opět kopíruje obsahovou stálost:

Úvod: kdo (kapela Roe –deer) udělal co (nový singl) – v jakém časovém rámci (po posledním albu Lolilipop)

Stať: Jaký z toho má autor recenze prvotní dojem (Největším posunem a kladem je výtečný zvuk a produkce, jde o přesně ty skladby, které by bez problému mohly být vystřeleny do rádiovými éterů a stát se hity hitparád). Krátké zmínky o druhotných záležitostech (produkce se ujal Jan Muchow)

Závěr: Zpochybnění prvotního dojmu a věštění budoucnosti s ohledem na vlastní prospěch (písně i celý singl jsou oplývány superlativy, což ovšem „ samo o sobě nic samozřejmě

[214] SLAVÍK, Benjamin.*Recenze* Roe Deer - 2nd Floor Boy . Musiczone.cz [online]. Praha: 05. 04. 2006[cit. 2010 -07-07]. Dostupný z http://www.musiczone.cz/recenze-1427/roe-deer-2nd-floor-boy

neznamená“). Pro autora samotného je tato kontradikce „samozřejmá“ (tj. připouští, že pro v jeho očích dokonalý produkt je naprosto přirozené, že se neprosadí). Závěr je opět vybídnutím čtenáře ke komunikaci s autorem: „ať mi někdo vysvětlí“.

Prezentace povrchové formy (slovní kreace autora, užité performativní aspekty výpovědi): „Skvěle napsaná, s výraznou melodií, chytlavými backgroundy. Písnička se veze na obdobné vlně“ (jako předchozí album). „Výrazná basa, táhlý vokál, mohly být vystřeleny do rádiovými éterů a stát se hity hitparád, mají k tomu veškeré předpoklady.“

Vyznění obsahu pro čtenáře: Roe-Deer vydávájí po všech stránkách povedený singl, který navazuje na předchozí – taktéž povedenou – desku Lollipop. Jejich písně mají hitové ambice.

Podmínky diskurzu: Sepjetí s recenzovanou kapelou (přátelství nebo touha po přátelství), možnost prakticky svévolné kreace a hodnotového rozptylu při konstrukci mediální identity veřejně známé osobnosti. Autor je nařčen ze zaujatosti.

2. Roe-Deer, Clou, Příbram, Mnichovo Hradiště, Vídeň, 28.4. - 5.5.2006. Recenze několika koncertních vystoupení. Publikováno 16.06.2006. Kvůli rozsahu reportáže jsou vybrány jen relevantní pasáže s hodnotícími prvky. Odstavce od sebe oddělují úvodní perex a tři recenze na tři koncertní vystoupení. Server Musicserver.

Po několika reportážích, které přiblížily atmosféru zákulisí koncertů, jsme se vydali na cesty i s pražskou kytarovkou Roe-Deer. Ta před nedávnem vydala velice povedený singl "2nd Floor Boy". Redaktor musicserveru s nimi, a částečně také s Clou, strávil tři dny na třech koncertech - v Příbrami, v Mnichově Hradišti a v rakouské Vídni.

Dnes jsou v kurzu hlavně kytarovky, každý chce znít jako The Beatles, The Cure a Joy Division dohromady nebo taky Coldplay, ale ti zasvěcení jistě vědí, jak to je s původností velice populární kapely Chrise Martina. Depkaři se obrací k Jesus And Mary Chain, ti komplikovanější si ještě něco berou z New Order a Depeche Mode. Jednou z těch lepších českých kapel je i pražská formace Roe-Deer, na jejíhož frontmana Andrzeje právě čekám.

Po několika skladbách se od stolů lidi přesouvají na parket pod pódiem. Největší úspěch sklízí kapela s písní "2nd Floor Boy". *"Fakt výborná věc. Jdu si ten singl koupit. Jestli budu mít dost peněz, asi si vezmu i celé album,"* říká kdosi. Přesvědčivý, poctivý výkon zakončují Roe-Deer jedním přídavkem…. Hudba těchto britpopařů na mě působí daleko vyzrálejším a propracovanějším dojmem. Vzpomínám si, co mi řekl před chvílí Andrzej: *"To víš, my asi nikdy nebudeme mít tolik lidí s rukama nad hlavou."* To snad Roe-Deer ani nepotřebují. Jejich síla je úplně někde jinde.

Roe-Deer hrají výborně. Koncert má vše, co by měl mít. Drajv, energii, po muzikantské stránce je také zvládnutý na výbornou. Do setlistu se oproti Příbrami vrací pomalá balada "Vertigo"…
Kolem půlnoci již slušně zaplněný klub netrpělivě očekává nástup kapely na pódium. Koncert se otevírá svižnou hitovkou "Melancholy". Kapela hraje téměř hodinový set. Dobrý, zatím nejlepší výkon, co jsem viděl, je podpořen především skvělým, neskutečně aktivním publikem.[215]

Sémiologický rozbor

Bezprostřední interpretans: navštívené koncerty byly velmi povedené

Dynamický interpretans: záměrem sdělení jakožto znaku je pobídnout čtenáře k souhlasu s autorem, a k následnému dalšímu nákupu autora (recenze): „nejlepší co jsem zatím viděl“ = viděl jsem jich více, jsem informovaný, obeznámený, poučený, kompetentní. „Redaktoři strávili tři dny“ = výstup je podpořen dostatečně dlouhým časovým úsekem, v němž se mohl formovat relevantní názor.

Prezentace povrchové formy (slovní kreace autora a užité performativní aspekty výpovědi): před nedávnem vydala velice povedený singl (zásluhy v minulosti), jsou jednou z těch lepších českých kapel (tj. lepších než průměr), hudba na mne působí daleko vyzrálejším a propracovanějším dojmem, přesvědčivý, poctivý výkon. (Fanoušky s rukama nad hlavou) Roe-Deer ani nepotřebují. Jejich síla je úplně někde jinde. Hrají výborně. Koncert má vše, co by měl mít. Drajv, energii, po muzikantské stránce je také zvládnutý na výbornou.

Vyznění obsahu pro čtenáře: Roe-Deer předvedli tři mimořádně vydařené koncerty. Vystoupení byla zajímavá, živá, z řemeslného hlediska dokonale zvládnutá. Výkon poctivý a přesvědčivý = průkazný, jasný, tj. nezpochybnitelný. Žádné negativní hodnocení není přítomné.

Podmínky diskurzu: Sepjetí s recenzovanou kapelou (přátelství nebo touha po přátelství), možnost prakticky svévolné kreace a hodnotového rozptylu při konstrukci mediální identity veřejně známé osobnosti, autor je čten.

[215] SLAVÍK, Benjamin.*Na cestách s kapelou Roe-Deer*. Musicserver.cz [online]. Praha: 16.06.2006 [cit. 2010 -07-07]. Dostupný z http://musicserver.cz/clanek/15246/Na-cestach-s-kapelou-Roe-Deer

3. Roe-Deer, Fortunas Favourites, Palác Akropolis, Praha, 4.10.2006. Recenze koncertního vystoupení. Vybrány jsou jen pasáže týkající se skupiny Roe-Deer. Hudební server Musicserver.cz

Roe-Deer tento týden vydali svou čtvrtou desku "Take", kterou ve středu 4. října křtili ve slušně zaplněné Akropoli. Nejsou to žádní nováčci, koncertně patří k nejlepším českým kapelám vůbec. Co se tentokrát v Akropoli dělo? Potvrdila kapela své za léta tvrdé práce vydobyté postavení?

Populární pražská kytarová kapela Roe-Deer ve středu 4. října pokřtila své nové album "Take" ve slušně zaplněném Paláci Akropolis. Akce, jako jsou koncerty skupin typu Roe-Deer, jsou něco jako sázka na jistotu. Jsou to akce, kdy víte, co přesně můžete čekat jak od celého večera, tak od vystupujících. Roe-Deer samotné křtění alba, mimochodem docela povedeného, koncertu pojali velice sympaticky. Po základní části show jen bez patetických, rádoby vtipných proslovů či neočekávaných překvapení udělali to, co udělat měli, a pokračovali v koncertu.

Hned z úvodu celého vystoupení se dostalo na jeden z nejlepších okamžiků koncertu - a to skvěle zahranou skladbu "Secret Lovers" ze starší desky "Lollipop". V tu chvíli měli Roe-Deer všechno. Spád, emoce, skvěle napsanou písničku s výtečným textem a dokonce i to, co kapele chybí na desce. To něco, co z dobré kapely dělá kapelu výbornou. Přitom Roe-Deer takoví naživo jsou. Charisma, osobitost, energie a lehkost - to všechno tam bylo.

Andrzej zpíval výborně, kapela hrála spolehlivě, Šmity se tradičně usmíval, Marek bušil do bicích vší silou a zasněný civilní Adam jako by vůbec nevnímal, že je na koncertu - dotažená image se vším všudy. Roe-Deer nejsou typ kapely, na kterou by několik řad po pódiem zběsile pařilo a každou chvíli byl kotel dva metry nad zemí. Na Šmityho a spol. se chodí hlavně poslouchat, pokyvovat hlavou a vnímat s veselou melancholií zazpívané naivní a dojemné indie příběhy, což je dobře. Jako vždy velký úspěch sklidila hitovka "2nd Floor Boy", starší klasika "Stranglers" a závěrečné opakované nastartované "Vertigo", jedna z nejlepších českých kytarových písní vůbec. Skupina se ještě nechala vytleskat na přídavek "Stupid Song" a v tu chvíli teprve skladba dostala ten rozměr naprosto odvázaného úletu a pozvánky na afterparty.

Verdikt: Roe-Deer opět ukázali, že jsou hlavně koncertní kapelou. Dokázali, že to něco málo, co jim chybí na albu, bez problému vynahradí na koncertu. Včerejší koncert měl všechno, co má koncert mít, abych ho mohl označit za výborný.[216]

Sémiologický rozbor

Bezprostřední interpretans: křest desky byl maximálně povedený, Roe-deer jsou výtečná kapela po všech stránkách

[216] SLAVÍK, Benjamin.*Indie show v Akropoli s novou deskou Roe-deer*. Musicserver.cz [online]. Praha: 05.10.2006 [cit. 2010 -07-07]. Dostupný z http://musicserver.cz/clanek/16421/Roe-Deer-Fortunas-Favourites-Palac-Akropolis-Praha-4-10-2006

Dynamický interpretans: záměrem sdělení jakožto znaku je pobídnout čtenáře k souhlasu s autorem, a k následnému dalšímu nákupu autora (recenze): „…jsou to akce, kdy víte, co přesně můžete čekat“ = čtenář ví, co čekat, řekne-li mu to autor. „Roe-Deer měli všechno, a udělali vše co mohli.“ „Chodí se hlavně poslouchat“ (tj. čtenáři, vy choďte hlavně poslouchat. Kdo nechodí poslouchat, dělá něco špatně)

Prezentace povrchové formy (slovní kreace autora, především užité performativní aspekty výpovědi, denotace): patří k nejlepším českým kapelám (již tedy ne k nadprůměrným, ale k „top“ – autor se ještě patrněji vyhraňuje), populární pražská kytarová kapela (populární = u obecenstva oblíbená. Autor tím neguje svůj poslední příspěvek, ve kterém poukazoval na malou návštěvnost koncertů (nepopulárnost u širší veřejnosti) a na to, že dobrý výkon „ještě samozřejmě nic neznamená“, a že mu „musí někdo vysvětlit“ proč rádia nehrají tuto skupinu a jí podobné (Southpaw). Koncert je sázka na jistotu. Křtěné album (s názvem „Take“) je „docela povedené“. Bez patetických a rádoby vtipných proslovů či neočekávaných překvapení. Spád, emoce, skvěle napsaná písnička s výtečným textem, kapela se při živých vystoupeních stává výbornou. Charisma, osobitost, energie a lehkost. Zpěvák zpíval výborně, kapela hrála spolehlivě. Kapela má dotaženou image se vším všudy. Koncert výborný

Vyznění obsahu pro čtenáře - konotace: Křest desky byl unikátní, kapela je skvělá

Podmínky diskurzu: Sepjetí s recenzovanou kapelou (časté přátelské rozhovory, kamarádský vztah), možnost prakticky svévolné kreace a hodnotového rozptylu při konstrukci mediální identity veřejně známé osobnosti, autor je čten, čtenáři v diskuzi opět komentují autorovu zaujatost.

5. recenze nové desky – „Popové hity jak mají být“ 04.10.2006 hudební server Musicserver

„Roe-Deer je kapela asociací, emocí a s tím spojených představ. Šmity a spol. vyvolávají dojmy naivity, a to vším, co dělají. Svojí muzikou - jednoduchými líbivými melodiemi, Andrzejovým zpěvem, image, výrazem. Vždy budou působit naivně v jakékoliv poloze. V tom nejlepším slova smyslu.

Šmityho kapela není ani tak zásadní muzikou, co dělá, ale hlavně tím, o co se v Česku již nějakou dobu snaží. Hrát v této republice britskou hudbu není jednoduché…. Celý předchozí text by měl vyjadřovat, že se novinka Roe-Deer povedla. Je taková, jaká se čekala, že bude v případě, že vše dopadne tak, jak má. Jako celek drží pohromadě a staví na jednotlivých písničkách, z nichž je téměř každá popový hit. Album "Take" je

jako kamarád, co vás nezradí, ale ani vám neporadí, co dělat. Prostě taková pohoda. Nebo jinak, poslouchat Roe-Deer je jako znovu se potkat s první láskou, kterou jste nikdy neměli. S tou, která, když jste šli domů, se na vás smála, a vy o tom nevěděli. Některé věci docházejí až časem a je třeba je pojmenovávat pravými jmény. Roe-Deer jsou dobrá pohodová kapela…."[217]

Sémiologický rozbor

Bezprostřední interpretans: Kapela Roe-Deer dělá skvělé popové hity

Dynamický interpretans, performativní aspekt výpovědi: „Některé věci docházejí až časem" (= autor nabádá čtenáře k souhlasu se svým postojem a k potvrzení svého statusu. Po delším profesním časovém úseku došel k přesvědčení, že kapela je skvělá. Kdo zastává jiný názor, ještě nedospěl.)

Prezentace povrchové formy (slovní kreace autora, denotace): kapela vyvolává dojem naivity, ale v tom nejlepším slova smyslu (příklad stati, v jejímž rámci se autor nechce přesně vyhranit), melodie jsou jednoduché a líbivé (konotace pozitivní i negativní: jasně čitelné, předvídatelné, přístupné širšímu obecenstvu). Kapela není tak zásadní muzikou (ačkoliv viz výše „hrají výborně", a kapela nepostrádá „charisma, osobitost, energie a lehkost").

Vyznění obsahu pro čtenáře - konotace: deska je kompaktní, navozuje příjemnou náladou, kapela to nemá v českých poměrech jednoduché, každá z písní je hitem.

Podmínky diskurzu: Sepjetí s recenzovanou kapelou (časté přátelské rozhovory, kamarádský vztah), možnost prakticky svévolné kreace a hodnotového rozptylu při konstrukci mediální identity veřejně známé osobnosti, autor je čten, čtenáři v diskuzi opět komentují autorovu zaujatost – kvůli jeho radikálnosti ho ale dále vyhledávají a dále kritizují. Autor je jedním i anonymních diskutujících označen za „horkého aspiranta na nejhoršího recenzenta roku"[151]

Type – sdělení, jež má odkazovat na heroičnost interpreta tím, že při své cestě za výsledkem „překonal překážku".

[217] SLAVÍK, Benjamin. *Popové hity jak mají být*. Musicserver.cz [online]. Praha: 04.10.2006 [cit. 2010 -07-07]. Dostupný z http://musicserver.cz/clanek/16372/Roe-Deer-Take/

Token: Šmityho kapela není ani tak zásadní muzikou, co dělá, ale hlavně tím, o co se v Česku již nějakou dobu snaží.

4. zmínka o kapele v rámci všeobecného článku o písničkářích, tištěný měsíčník Rock&Pop, únor 2007

„Jde o českou scénu a její posuzování si vždy žádá obezřetnost a citlivost. Niceland vydá třetí týden svou debutovou nahrávku a zamiluje si ho pražská converse mládež - fanoušci toho lepšího mainstreamového popu[218] (čtěte: zamilují si ho fanoušci kolem Roe-Deer i příznivci k uzoufání trapných kapel, na kterých lze ještě něco řešit, a potkáte je hlavních časech na festivalech – tj Kryštof, Aneta Langerová atd.)… Niceland je figurka, která ideálně zapadne na českou pokryteckou scénu.“[219]

Bezprostřední + dynamický interpretans: Roe – Deer patří k lepšímu mainstreamovému popu. Posuzování si žádá obezřetnost a citlivost (nabádání čtenáře k souhlasu s autorem, který celou záležitost posuzoval vnímavě a do hloubky)

Prezentace povrchové formy - denotace: k uzoufání trapné kapely, česká pokrytecká scéna.

Vyznění pro čtenáře - konotace: Příznivci zpěváka Nicelanda, který je figurkou na pokrytecké české hudební scéně, jsou titíž, jako příznivci Roe-deer a trapných (zahanbujících, ostudných) kapel. Tyto kapely patří na českou scénu, která je zcela pokrytecká (konotace - neupřímná. O uvěřitelných a poctivých výkonech se autor již nezmiňuje)

Podmínky diskurzu: vyhraněný tištěný měsíčník, který má na scéně pověst „undergroundového“. Autor se snaží uchytit a zavděčit se v novém médiu. Tvorba mediálního obrazu již není také svévolná (v rámci autora jakožto osoby), články podléhají

[218] Toho, že pojem pop je „největší překážkou na cestě rockové kritiky“ si povšiml mezi jinými i hudební sociolog Andrew Chester. Slovo vlastně pouze „vymezuje hudbu bílé městské mládeže a jeho význam tedy může být určen je na základě sociálních a nikoliv kulturních kritérií“, navíc americké slovo „rock“ v kritice vždy zahrnuje popovou mystifikaci. V originále: „The biggest obstacle in the path of rock criticism is the notion of *pop*. The term is of course British, but the American word *rock* is not free of the pop mystification. Pop denotes a cultural, not an aesthetic object; the distinctive popular music of white urban youth, North American and British, that has developed in the past 15 years. The acceptance of a cultural definition of the object of criticism leads inevitably to a cultural as opposed to an aesthetic criticism. Musical form and musical practice are studied as an aspect of social relations, and significance is determined by social, not musical, criteria.“
CHESTER, Andrew. For a Rock Aesthetic. *New Left Review*, [online], 59/1970 str .83-96. [cit. 30.7.2010]. Dostupné z < http://www.tagg.org/others/chester.html >

[219] SLAVIK, Benjamin. Songwriter na scéně? Fake! *Rock&Pop*, 2007**,** ročník XIX, č. 2/289, str.17-18. ISSN 0862 – 7533

radě redaktorů a šéfredaktorovi. Sílí tlaky na autora jakožto diskurz. Kapela přestává s autorem komunikovat.[220]

6. Zmínka o kapele v článku o české indie scéně, tištěný měsíčník Rock Pop, březen 2007

„Roe-deer, Southpaw, Khoiba, Sunshine budiž to hlavní kapely tvořící tuzemskou indie scénu, mnohdy kvůli demografii křtěnou na pražskou. Když pomineme ty předposlední a poslední desku těch posledních, zvukově se jedná o vcelku normální britpopové kytarovky, jejichž prvním, druhým ani desátým přáním není touha tvořit alba, která ve svém portfoliu budou mít názor na to, proč hrají, co hrají a zpívají, co zpívají. Naopak ten, kdo by na to chtěl jít tímto směrem , je buď obelhán nebo pohlcen. Prostě není žádoucí. Interpreti si žijí jeden mejdan, který se střídavě přesouvá z Roxy do Rock café, občas se zastaví v Abatonu a hrají si na ty, které milují, v tomto případě včerejší hrdiny britské scény. Koncerty nejsou koncerty, kam jdete na kapelu, ale společenskými akcemi, kde potkáte známé, koukáte, jestli ostatní koukají…Neřešíte, jestli se vám do uší valí The Verve nebo Roe-Deer, protože u nich jde o hudbu až v poslední řadě.

Také tu jsou kluci, co by ambice měli, sic ne něco předvést, ale jít se svým snem dál, než být za hvězdy bavících se teenagerů v Praze a do Prahy dojíždějících. Touha po slávě je neúměrná schopnostem a výsledkem je poměrně komický mix trapných keců „jak si nás česká scéna nezaslouží“ a splácaných songů, kde nemáte jasno, jestli autoři onanujou nad laptopem, kytarou, nebo vaší blbostí... Je to odmírání průměrnosti a bezpohlavnosti. Protože to není zábava, to je nuda, pocit deja-vu, nejlepší cesta k plíživé demenci a definitivnímu zkostnatění zevnitř.

Ale budiž… Pokud bychom tedy přistoupili na absenci touhy něco dokázat a snahu pouhého přiblížení se zahraničním vzorům, je nutné se konfrontovat se zahraničními jmény, že jste alespoň zábavní jako oni – prostě že je sjedete přes kopírák a vytěžíte z toho. Ani z této strany to však nefunguje (Roe-Deer se nám budou hodit znovu), není to šikana, spíš potvrzení faktu, že se někdo vytrvale plete tam, kde na to nemá, a nikdy nemá dost. Před pár lety předskakovali hvězdám první kytarové ligy Franz Ferdinand a rozdíl byl větší, než největší optimisté čekali…“ (pozn. autora: pasáž o autorovi přípustnějších muzikantech Slavík doplňuje:) „Pro srovnání: podobně dlouho se na scéně objevuje Šmity se svými co do personálií značně proměnlivými Roe-Deer a za tu dobu zvládl nahrát několik roztodivně sladkých pop songů s extrémně blbými texty. Ač tvrdit je to hořké a nepopulární, musí to být. Roe- Deer, i když by stokrát chtěli, nedokáží být placebo na absenci dobrého britpopu v Praze a okolí. Andrzej je podprůměrný zpěvák, šmoulí textař bez talentu, a tak vůbec. Už je to spíš tancovačka. Ale nechtějí si to přiznat..“[221]

[220] „Benjamin Slavík se s námi snažil neustále kamarádit, sám se zval k našemu stolu a pokaždé se k nám přátelsky hlásil. Jeho nadšení bylo až podezřelé, ale nemůžu lhát – nebylo nám nepříjemné. Pak najednou ze dne na den otočil, začal po nás v médiích plivat. Vůbec jsme to tehdy nepochopili – asi jsme ho zapomněli pozvat na nějakou párty.“ PALEC, Andrej, zpěvák skupiny Roe – deer, zdroj: osobní archiv autora

[221] SLAVÍK, Benjamin. SLAVIK, Benjamin. Česká indie scéna – neškodná hra o přestávce v ROXY? *Rock&Pop*, 2007**,** XIX, č. 3/ 290, str.56-59. ISSN 0862-7533

Sémiologický rozbor

Bezprostřední interpretans: Roe-Deer jsou bezpohlavní podprůměrná kapela. Nikdy se nepřiblíží ke svým zahraničním vzorům, jejich neustálá touha tak činit je maximálně trapná. Písně jsou neinvenční, texty špatné, zpěvák podprůměrný.

Dynamický interpretans: záměrem sdělení jakožto znaku je opět vyvolat v příjemci pocit „dobře vykonané práce“ autora článku, který svůj subjektivní soud založil především na komparativním zkoumání zahraničních vzorů českých indie kapel. Autor se snaží navodit dojem, že je v dané tematice odborníkem, čtenářovou pozornost se snaží udržet prostřednictvím slovních a stylistických kreací, které nejsou pro tištěné médium typické, jak je patrné v jeho úpravě slovní formy článku.

Zcela negativní vyznění článku se autor snaží „změkčit“ a obhájit pomocí spojek a slovních obratů, které navozují dojem skutečně objektivní práce („budiž“, „není to šikana“, „ač tvrdit je to hořké a nepopulární“). Tyto znaky mají opět pomoci lépe autora (a médium) prodat, protože čistě hanlivý pamflet nebývá čtenáři periodik tohoto typu vyhledáván (na rozdíl např. od bulvárního tisku). Obměna povrchové formy jasně poukazuje na reklamní techniku, které je zde využíváno.[222]

Prezentace povrchové formy (touha po přitáhnutí pozornosti).: šmoulí textař bez talentu, je to tancovačka, blbé texty, trapné kecy, onanovat.

Ilokuční aspekty výpovědi – nabádání k jednání: „Když pomineme ty předposlední a poslední desku těch posledních“ (tj. ač prvotní výčet čítá 4 kapely, bavme se jen o dvou). „Ten, kdo by na to chtěl jít tímto směrem , je buď obelhán nebo pohlcen“(nabádání čtenáře k tomu, aby tímto způsobem nejednal, a aby se ztotožnil se subjektivním názorem kompetentního autora). „Není jasné, zda se kapela ukájí nad vaší blbostí“(nabádání k jednání – „nenechte se využívat“).[223]

[222] „Protože každý produkt pod tlakem systému využívá reklamní techniku, mění se tato technika na idiom „styl“ kulturního průmyslu.“ ADORNO, Theodor, W. *Estetická teorie*. 1. vyd. Praha: Panglos, 1997. 481 s. ISBN 80-902205-4-1 str. 162

[223] Užívání obdobných ilokučních aktů má za cíl přimět čtenáře k souhlasu s médiem, nesouhlas je naopak společensky sankcionován. Adorno zasazuje tento trend do širšího rámce masové kultury: „…stará průpovídka buržoazní zábavy „Asi jste už viděli“, která byla na trhu neškodným podvodem, se s odstraněním zábavy a trhu stává krvavě vážnou. Dříve bylo fiktivním trestem, že se člověk nemohl účastnit hovoru. Dnes ten, kdo není schopen hovořit správným způsobem, totiž kdo není schopen formule, konvence a úsudky z masové kultury neúnavně reprodukovat jako své vlastní, je ohrožen existenčně, je podezřelý jako hlupáček

Podmínky diskurzu: vyhraněný tištěný měsíčník, který má na scéně pověst „undergroundového“. Autor si vydobyl pověst „nekompromisního“ soudce, jeho rozptyl v hodnocení neuchází pozornosti čtenářů, kteří se zálibou sledují jeho další počínání. Čtenáři hodnotí autorovi příspěvky veskrze negativně, ale dále je vyhledávají. Nákup autora vede k jeho lepšímu prosazení v periodiku. Autor dostává více prostoru i vlastní rubriku s názvem „Tribuna drzosti“. Mezi kapelou a publicistou panuje silná osobní nevraživost.

Hudební kritika v rámci masové kultury

První příklady recenzí od daného autora naznačují pozitivní postoj recenzenta k posuzovanému (zde hudební kapela Roe-Deer). Podle typologie recenzentů od Zbyňka Zemana (redaktor Folktime), by se v roce 2006 dal Benjamin Slavík zařadit pod subkategorii Protlačovatele: **„**Rejpal pouze dost nechutně ponižuje kohokoliv, kdo se mu namane pod jeho drobnohled. Občas udělá výjimku, aby to naoko vypadalo, ale jinak mu nejde o nic jiného, než o ponížení druhého. Ať už z klamného dojmu, že tak vyroste sám, či ze závisti nebo žárlivosti, že někdo něco umí. Rejpala nepotřebuje nikdo. Pokud se mu totiž nějaký umělec bude snažit zavděčit, dříve nebo později rezignuje a přestane s uměleckou tvorbou. Rozdíl mezi Rejpalem a Protlačovatelem se někdy těžko pozná. Protlačovatel také kritikou až ponižuje, ovšem při podrobnějším zkoumání naleznete nějaké jeho koně, které se snaží dostat někam výš a docela umně je dokáže vychválit. Chvála je cílená a reklamní.“[224]

S přechodem autora do dalších médií a společně s osobními neshodami se autorova role přesouvá. Jeho cílem je usadit se v mocenském diskurzu média, z autora – osoby se stává autor-diskurz. Výsledek hodnotového soudu vyznívá zcela naopak, účelem však není kapelu skutečně pohanit, nýbrž zvýšit vlastní cenu na trhu práce. Formování „image“ hudebního interpreta v médiích je do jisté míry náhodné a odehrává společně s tím, jak se formuje autor – diskurz, tedy celé médium. Autorův výkyv preferencí neuniknul ani jeho čtenářům.[225] Ti – fascinováni produktem (recenze) však autora dále nakupují, což

nebo intelektuál.“ ADORNO, Theodor. Schéma masové kultury. Praha: Oikúmené, 2009, 62 stran, ISBN ISBN 978-80-7298-406-0. Str.5

[224] ZEMAN, Zbyněk. Také si hýčkáte svého kritika? [online]. FOLKtime: 4. 4. 2008, [cit. 14. 7. 2010]. Dostupný z < http://www.folktime.cz/fejetony/take-si-hyckate-sveho-kritika.html>

[225] Reakce neznámého pisatele z diskusního fóra 6. dubna 2008, reakce na článek SLAVÍK, Benjamin.*Recenze* Roe Deer - 2nd Floor Boy . Musiczone.cz [online]. Praha: 05. 04. 2006[cit. 2010 -07-07]. Dostupný z http://www.musiczone.cz/recenze-1427/roe-deer-2nd-floor-boy

umožňuje jeho lepší postavení na trhu. Všechny výše uvedené hudební recenze pracují s reklamními technikami, s charakteristikou módy a v jejich rámci se uplatňuje dichotomie masové kultury variace/schéma. Všechny tyto aspekty jsou podrobněji popsány v teoretické části mé práce.

Postavení českého hudebního (kulturního) recenzenta je specifické právě v tom, že jeho mínění i cíle formuje masová kultura, která přímo ovlivňuje pole možného jednání (resp. metareferování). Subjektivní novinářské žánry v postmoderně zcela ztrácí svou „nezávislost“, relevanci i skutečnou individuální subjektivnost.