

Ľudová hudba v obraze súčasnej doby Médiá a domáce hudobné vydavateľstvá po roku 1989

Magdaléna Satová Ferjenčíková

Štruktúra vysielania komerčných a verejnoprávnych televízií nevenuje takmer nijaký priestor prezentácii vážnej hudby, v prípade ľudovej hudby a folklóru je tento priestor minimálny. Výber a tvorba programov je cieľavedomá, ba účelová, v snahe osloviť najmä mladú generáciu poslucháčov a divákov. Avšak význam kultúrnych tradícií a hodnôt, ktoré sú prítomné v ľudovej hudbe a sú významným sebaidentifikačným činiteľom každého národa, ostáva vo vysielacej štruktúre audiovizuálnych médií výrazne opomenutý. Podľa slov Petra Jantoščiaka práve ľudová pieseň najviac napovedá o národe, s ktorým je spätá a práve preto je v jej národnosti a svojbytnosti aj kus neohraničeného priestoru.¹

Počas uplynulých dvadsiatich rokov je vidieť ako sa výrazne zmenil pohľad na hudobnú kultúru, jej úroveň, spôsob prezentácie a ďalšieho smerovania v ústrety akulturačnému a globalizačnému procesu, ktorý pretrváva dodnes. V súčasnej dobe médiá (rozhlas, tlač, internet, ale najmä televízia) majú primárne postavenie v oblasti formovania všeobecného kultúrneho vedomia a šírenia informácie. Z pohľadu žánrovej selekcie pri tvorbe a realizácii hudobne zameraných programov vychádzajú televízne i rozhlasové stanice hlavne zo spoločenskej obľúbenosti populárnej hudby, čím výrazne ovplyvňujú záujmy a vkus recipienta. Vedome potláčajú kritérium umeleckej kvality a hodnoty pred obchodnými záujmami a ziskom. Príkladom z aktuálneho diania na pôde komerčných televízií je hudobná spevácka show Československá Superstar.

Keď sa budeme bližšie orientovať na problematiku ľudovej hudby, nemôžeme prehliadnuť veľmi aktuálny problém s ňou súvisiaci: prečo sa radikálne zúžil priestor na prezentáciu ľudovej hudby a folklóru v audiovizuálnych médiách a aké sú dôsledky týchto súčasných tendencií?

V priebehu 70. a 80. rokov 20. storočia rozhlas venoval v programovej štruktúre omnoho viac priestoru vysielaniu, počas ktorého sa uvádzali diela z oblasti vážnej symfonickej, súčasnej komornej hudby, ľudovej hudby a folklóru. Tvorili sa pôvodné i prevzaté operné, baletné a operetné inscenácie, robili sa záznamy menovaných scénických foriem. Realizovali sa programy zo živých vystúpení a koncertov vo vysokej periodicite.

¹ Jantoščiak, P.: Prix De Musique Folklorique De Radio Bratislava. In: Hudba a médiá. ÚHV SAV, Bratislava, 2000. Str.: 95.

Priestor mala aj ľudovoumelecká tvorba, popredné súbory a autentický folklór.²

O niečo neskôr sa však do vysielania Slovenskej televízie (STV1, STV2) dostali hudobno-zábavné relácie Senzi Senzus a Drišľakoviny, ktoré spojením primitívnych prejavov populárnej hudby, tzv. „šlágrov“, ľudovej piesne, vulgárneho rozprávania a humoru³ predstavovali úplnú devalváciu umeleckých hodnôt ľudovej hudby a piesňovej kultúry, a tým nevynímajúc negatívny vplyv na vkus diváka. Je teda veľmi otáznne, či táto forma propagácie ľudovej hudobnej kultúry a tradície nie je väčším zlom, ako žiadna propagácia.

V porovnaní s dnešnou situáciou, kedy televízia, ale primárne rozhlas, sú žánrovo zamerané na prezentáciu populárnej hudby domácej produkcie, hlavne však svetovej, ľudová hudba i vážna hudba z éterov rozhlasových staníc takmer úplne vymizli. Výnimku predstavuje vysielanie Slovenského rozhlasu a rádia Devín, no aj to pomerne skromnú. Podobná situácia je i na pôde ostatných médií: tlač a internet. Keď nahliadneme do dennej tlače, do týždenníkov, či ostatných periodík (vynímajúc odborné hudobné časopisy, ako napr. Hudobný život), naozaj zriedka sa dozvedáme o aktivitách ľudových súborov a kapiel, či o koncertnom živote Slovenskej filharmónie a pod. Jedinou výnimkou sú sporadicky sa objavujúce recenzie na koncerty, či vydané zvukové nosiče a knihy o hudbe. Avšak o osobnostiach svetovej a domácej scény pop music sa dočítame v každodennej periodicite prakticky všetko, čo nás môže zaujímať, od koncertov a úspechov mediálnych speváckych hviezd, až po „dôležité“ informácie z ich súkromia. Teda žánre, ktoré stoja na periférii mediálneho záujmu, ostávajú opomenuté i samotným konzumentom. Zo strany aktívnych umelcov a tvorivých pracovníkov v oblasti ľudovej i vážnej hudby je ambícia propagovať tieto hudobné žánre zreteľná, avšak celý proces a snaha stroskotáva na skutočnosti, že pre médiá nepredstavujú zdroj veľkého zisku porovnateľného s populárnou hudbou. Vidno to na televíznom programe Kapura, folklórnej hitparáde vo formáte prispôsobenom bežným programom - hitom populárnej hudby typu „The Best“ a „Top ten“ vo forme videoklipov (videoklip ako typický fenomén audiovizuálneho spracovania a promotion hitu pop music), do ktorých hlasujú diváci.⁴ Podľa Vladimíra Godára je kríza charakterizovaná nezáujmom o tzv.súčasnú vážnu hudbu, banálnosťou tzv. populárnej hudby a odumieraním tzv. ľudovej hudby.⁵

Problémová sa javí aj otázka manažmentu. V populárnej hudbe je hudobný

² Fűkű, Pavol: Hudba v televízii z pohľadu režiséra. In: Hudba a médiá. Ed.:J.Lexmann.ÚHV SAV. Bratislava, 2000.

³ Vid' štúdiu Norberta Adamova: Dekadencia v „Ľudovom štýle“ Senzus. In: Príspevky k analýze hudobného vedomia na Slovensku. ÚHV SAV, Bratislava, 2002.

⁴ <http://www.stv.sk/relacieaz/dvojka/kapura/>

⁵ Godár, V.: Súčasný kompozičný agnosticizmus a hominizácia hudobného média. In.: Slovenská hudba. Roč.: XVII, č.1. Slovenská hudobná únia. Bratislava, 1991. str.:71.

manažment, teda osobný manažér alebo zastúpenie koncertnou agentúrou samozrejmosťou, na pôde vážnej hudby a ľudovej hudby je to však ešte stále pomerne zriedkavý jav. Málokto interpret, výkonný umelec či umelecké teleso má vlastného manažéra. Zisky z koncertných činností nie sú dostatočne vysoké, aby pokryli výdavky tohto druhu.⁶ Pravdepodobne ešte potrvá dlhší čas, kým úroveň hudobného manažmentu na pôde domácich umeleckých a kultúrnych organizácií, i v prípade výkonných umelcov a umeleckých telies, bude porovnateľná so situáciou v ostatných krajinách Európy.

Produkcia hudobných vydavateľstiev

Celkovú produkciu zvukových nosičov z oblasti ľudovej hudby na Slovensku po roku 1989 zabezpečujú viaceré pôvodné hudobné vydavateľstvá, vrátane množstva individuálnych projektov. Na základe realizovaného kvantitatívneho výskumu najväčšiu produktivitu za uvedené obdobie zaznamenávame u nasledujúcich vydavateľov: Akcent Records, Videorohaľ, Diskant Records. Významné miesto na domácom trhu patrí vydavateľstvu Opus, avšak v prípade produkcie vážnej hudby, ľudovej hudby a folklóru prvenstvo v rebríčku zastávalo v období pred rokom 1989. V súčasnosti značnú časť jeho aktuálneho katalógu⁷ predstavujú reedície starších nahrávok. Autentické projekty sú veľmi ojedinelé. Ťažiskom produkcie viacerých domácich hudobných vydavateľstiev nie je práve vydávanie titulov spadajúcich do žánru ľudovej a populárnej hudby, avšak ako vyplynulo z realizovaného výskumu v podobe interview, zisk z predaja týchto nosičov, dokáže pokryť základné výdavky spojené z realizáciou a vydaním titulov z oblasti ostatných žánrov, t.j. vážnej hudby. Aktuálnym príkladom je produkcia vydavateľstva Diskant Records, ktoré sa orientuje hlavne na vydávanie artificálnej komornej hudby, avšak rentabilnosť tejto investície je tak nízka, že sa musí pristúpiť k vydaniu projektov z oblasti populárnej a ľudovej hudby, nakoľko zisk z ich predaja zabezpečí vyrovnanie celkových nákladov vyplývajúcich z vydavateľských aktivít, a teda i prefinancovanie titulov z oblasti vážnej hudby, ktorých úspešnosť na trhu je neporovnateľne menšia. Domnievam sa však, že v podobnej situácii sa ocitajú mnohí domáci vydavatelia, ktorí sa neorientujú primárne len na vydávanie pop music a snažia sa prezentovať verejnosti aj menej preferované hudobné žánre. Produkciu hore uvedených hudobných vydavateľstiev za obdobie od roku 1989 do súčasnosti v oblasti ľudovej hudby a folklóru som

⁶ Iveta Betsa vo svojej publikácii *Popularita ako fenomén hudobného umenia* (2007), str.61, uvádza na základe realizovaného sociologického výskumu, že iba 2% oslovených výkonných umelcov má osobného manažéra a 30% interpretov je zastúpených koncertnou agentúrou.

⁷ www.opus.sk, sekcia: ľudová hudba, vážna hudba

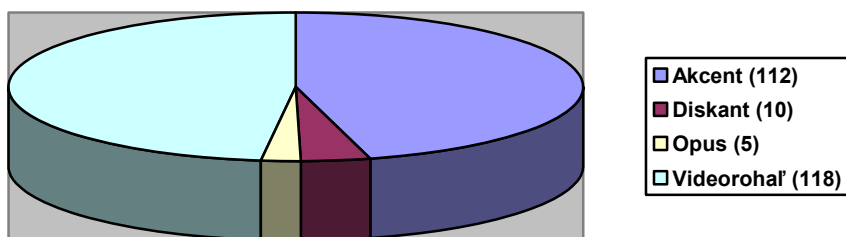
zaznamenala v nasledujúcej tabuľke (obr.1).⁸ Percentuálne vyjadrené údaje som dosadila do grafu (obr.2).

Obr. 1: Produkcia zvuk. nosičov vybraných domácich hudobných vydavateľstiev v oblasti ľudovej hudby za obdobie 1989 – 2009

	Produkcia	Stručné údaje o vydavateľstve	Kontakt
Akcent	112 (CD,DVD)	Spol.: Akcent AT Sídlo spol.: Bratislava Rok založenia: 2006	www.eshop.akcentrecords.sk
Diskant	10 CD	Spol.: Diskant Records Sídlo spol.: Bratislava Rok založenia: 1991	www.diskant.sk
Opus	5 CD	Spol.: Opus (Forza Music) Sídlo spol.: Bratislava Rok založenia: 1971	www.opus.sk
Videorohal'	118 (CD,DVD, MC)	Spol.: Anna Rohal'ová - Videorohal' Sídlo spol.: Bardejov Rok založenia: 1991	www.videorohal.com

⁸ Všetky kvantitatívne údaje som získala z aktuálnych zdrojov, t.j. edičné katalógy, web stránky, on line katalógy a e-shopy jednotlivých vydavateľstiev.

Obr. 2: Graf s percentuálnym vyjadrením produkcie zvuk. nosičov domácich hudobných vydavateľstiev v oblasti ľudovej hudby a folklóru za skúmané obdobie 1989 – 2009⁹



Na internetovom portáli www.surf.sk/hudobne-skupiny-ludove sa v súvislosti s vydavateľstvom Videorohal' uvádza, že do súčasnosti vydalo viac ako 130 nahrávok ľudovej hudby a spevu, avšak aktuálny katalóg tvorí 118 titulov. Od roku 2006 na domácom trhu figuruje aj vydavateľstvo Tonada¹⁰, ktoré sa zameriava najmä na tvorbu pre deti. Vydalo niekoľko titulov detských ľudových piesní, rozprávok a riekaniek. Celkovú produkciu, ktorá zatiaľ nie je rozsiahla, predstavujú zvukové nosiče a knižná literatúra. Z hľadiska žánrovej príslušnosti ide o nahrávky z oblasti pop music a folklóru.

Na zmapovanie situácie okolo individuálnych projektov a ich tvorcov je žiadúci omnoho rozsiahlejší a časovo náročnejší výskum, nakoľko dostupné informácie o nich chýbajú alebo sú nedostatočné.

Tento príspevok priniesol len skromnú úvahu na tému prežívania menej preferovaných hudobných žánrov v súčasnej dobe, ktorej hybnou silou a akýmsi pomyselným kormidlom sa stali práve médiá. To bezpochyby platí aj v oblasti umenia a kultúry. Avšak v tom prípade stojíme na rázcestí a musíme sa rozhodnúť, či dáme šancu dedičstvu tradičnej ľudovej kultúry možnosť žiť a rozvíjať sa, alebo sa vrhneme sa v ústrety príležitosti globalizácie a komercializácie.

⁹ V zátvorke sú uvedené údaje z tabuľky (obr.1)

¹⁰ www.tonada.sk, sídlo spol.: Bratislava, rok založenia: 2006.

Bibliografia

- Adamov, Norbert: Dekadencia v „Ľudovom štýle“ Senzus. In: Príspevky k analýze hudobného vedomia na Slovensku. ÚHV SAV, Bratislava, 2002.
- Betsa, Iveta: Popularita ako fenomén hudobného umenia. Manipulácia s umelcom v hudobnom premysle. ÚHV SAV. Bratislava, 2007.
- Fúkó, Pavol: Hudba v televízii z pohľadu režiséra. In: Hudba a médiá. Ed.:J.Lexmann.ÚHV SAV. Bratislava, 2000.
- Garaj, Bernard: Folklor v komerčne najúspešnejších nahrávkach populárnych hudobno - zábavných skupín, in: Ethnomusicologicum. Bratislava,1993. č.1, str. 135-142.
- Godár, V.: Súčasný kompozičný agnosticizmus a hominizácia hudobného média. In.: Slovenská hudba. Roč.: XVII, č.1. Slovenská hudobná únia. Bratislava, 1991. str.:71.
- Jantoščiak, P.: Prix De Musique Folklorique De Radio Bratislava. In: Hudba a médiá. ÚHV SAV, Bratislava, 2000. Str.: 95.
- Kajanová, Yvetta: Tvorivosť a inovácie v muzikológii a v trhovom priestore. In: Slovenská hudba č. 3 – 4, XXXI, 2005, s. 406 – 412.
- Kajanová, Yvetta: Regional Music Culture in Slovakia. In: Musicologica Istropolitana V, Stimul, Bratislava 2006, s. 113 – 134.
- Lexmann, Juraj (Ed.): Hudba a médiá. ÚHV – SAV. Bratislava, 2000.
- Lexmann, Juraj (Ed.) a kol.: Hudobná kultúra pod vplyvom médií. In: Musicologica Slovaca et Europea. ÚHV – SAV. VEDA. Bratislava, 2005.

Iné zdroje:

www.akcentrecords.sk

www.eshop.akcentrecords.sk

www.diskant.sk

www.opus.sk

www.tonada.sk

www.videorohal.com

www.wikipedia.org