

# Zahraně obchodní činnost hudebních vydavatelství v Československu v období normalizace: Podnik pro zahraniční obchod (PZO) Artia<sup>1</sup>

Martin Husák

## International Trade in Czechoslovak Music Industry 1969-1989: The Artia Foreign Trade Enterprise

**Abstract:** The article reflects the position of a foreign trade enterprise called Artia within Czechoslovak music industry. The primary goal is to reveal the modus operandi of the music industry in international trading on the example of Artia. Given its export orientation, Artia was a specific organization dealing more than other Czechoslovak record companies with commercial success instead of ideological and aesthetical issues in its editorial policy. Such an approach was dramatically challenged in the period of "normalization" (1969-1989) when ideological requirements on record companies were reinforced in the system of management and control of cultural production in Czechoslovakia. Artia, therefore, is a suitable object for exploring the relationship between ideological and commercial aspects of cultural production in Czechoslovakia from a multidisciplinary perspective.

**Keywords:** Czechoslovakia, normalization, foreign trade enterprise, Artia, music industry

<http://dx.doi.org/10.13060/1214438X.2015.2.13.232>

Artia si pro svůj znak vybrala okřídleného koně Pegasa z řeckého bájesloví. Tato paralela nebyla zvolena náhodou. Podobně jako Pegas, který se nechal osedlat pouze od Apollónových Múz, se také Artia profilovala svou náklonností k různým druhům umění. Prostřednictvím Artie československá vláda realizovala vývoz a dovoz kulturních statků, které měly na jedné straně reprezentovat kulturně-politickou orientaci státu a na druhé straně sloužit jako zdroj dlouhodobých ekonomických příjmů.

Dosavadní zpracování tématu působení Artie v podobě odborných publikací je zcela neuspokojivé, což je vzhledem k její významné roli ve struktuře československých vydavatelství více než zarážející. Existují pouze dílčí studie zabývající se jedním typem činnosti Artie, a to zejména její knižní produkcí.<sup>2</sup> Hudebně vydavatelské činnosti Artie se však cíleně nevěnuje žádný titul odborné literatury.

Plnohodnotné informace o hudebně vydavatelské činnosti Podniku pro zahraniční obchod (dále také PZO) Artia lze tedy čerpat pouze s využitím primárních pramenů, které jsou v případě této práce získány metodou sběru a analýzy fondů uložených v Národním archivu České republiky a dobového tisku i metodou orální historie, tedy ve formě řízených rozhovorů s pamětníky, kteří se v rámci svého profesního života dostali do kontaktu s činností Artie. Obě metody se za předpokladu kritického a vyváženého přístupu výzkumníka velmi dobře doplňují a mohou přispět ke komplexnějšímu porozumění tématu.

Cílem následujícího textu je doplnit chybějící poznání se zaměřením na hudebně vydavatelskou činnost Artie, kterou byla v rámci organizační struktury pověřena obchodní skupina gramo.<sup>3</sup>

## PZO Artia

Hudebně vydavatelská činnost se v Československu v období normalizace po mnoha institucionálních proměnách<sup>4</sup> ustálila na přelomu šedesátých a sedmdesátých let v organizační sché-

ma, které vydrželo prakticky až do roku 1989. Vydavatelskou oblast reprezentovaly české podniky Supraphon a Panton a slovenský Opus, exportní oblast byla zastoupena PZO Artia s vazbou na český trh a Slovartem Bratislava v případě slovenského trhu a nakonec oblast výrobní reprezentovaly jednotně pro oba státy podniky Loděnice u Berouna a Tesla Litovel [NA ČR, fond MK ČSR, KA 131].

Nakladatelství Artia vzniklo v Praze roku 1953 jako státní organizace zahraničního obchodu ve struktuře PZO<sup>5</sup> spadající shodně do působnosti Ministerstva kultury a Ministerstva zahraničního obchodu. Důvodem nejasného institucionálního zařazení Artie je skutečnost, že reprezentovala kulturní politiku Československa a přispívala k rozšíření zahraniční politické spolupráce na straně jedné a zároveň ovlivňovala výsledky zahraničního obchodu na straně druhé.<sup>6</sup> V porovnání s ostatními PZO však Artia náležela spíše k menším útvarům. Obchodní portfolio PZO Artie zahrnovalo celou řadu produktů a oblastí, z nichž tou nejdůležitější z pohledu běžného spotřebitele socialistického Československa představovala knižní produkce, čili vývoz a dovoz dětské, umělecké i populárně naučné literatury [Statistické knih a desek do zahraničí 1955]. Oběma směry dále putovaly gramofonové desky, gramofony, známky, šperky, mince, bižuterie, kinomateriál, československá kartografie, učební pomůcky anebo denní tisk a časopisy [Provazník 1966].

Za daný segment odpovídala v rámci organizační struktury Artie příslušná obchodní skupina. Kompetence za obchodování s hudební produkcí převzala v plném rozsahu skupina gramo. Pro tyto účely využívala a dále rozvíjela katalogovou nabídku Supraphonu, respektive Pantonu [Kolář 1977]. Nezapustitelná byla v této souvislosti podle svědectví pamětníků role Lea Jehneho, který v Artii plnil roli odborného garanta, ať už v pozici vedoucího hudebního oddělení (1969-1979) nebo coby zástupce ředitele pro umělecké otázky (1979-1988).<sup>7</sup>

Prostřednictvím skupiny gramo se Artia stala v souladu s politickým zadáním jedním z nejdůležitějších výrobců a dodavatelů desek v rámci východního bloku. Pavel Smola,

obchodní ředitel Artie v 60. letech, tento předpoklad podpořil informací o celkovém objemu vývozu desek, podle níž se až do roku 1967 vyvezlo 20 miliónů desek [Umění na export 1967]. Okrajově se skupina gramo zabývala také obchodem s gramofony, hudebninami a vývozem lisovací hmoty na gramofonové desky [Tůma 1981].

Vzhledem k exportnímu obchodnímu zaměření Artie a vysoké mezinárodní konkurenci se její produkce vyznačovala v porovnání s tuzemskými nakladatelstvími vysokou kvalitou. A to jak po stránce dramaturgické, tak i po stránce řemeslného zpracování a technické úrovni nahrávek [Rozhovor Martina Husáka s Jiřím Černým, 2013].

## Nástup normalizace a její dopad na činnost PZO Artia

S nástupem normalizace se ve snaze o upevnění komunistické moci dramaticky zvýšily politické a ideologické nároky na celou kulturní tvorbu. Za hlavní konstitutivní dokument normalizace, který nastolil nový politický i socio-kulturní diskurz, lze považovat *Poučení z krizového vývoje ve straně a společnosti po XIII. sjezdu KSČ* [Činátl 2010]. Tento dokument reflektuje tzv. krizový vývoj z období Pražského jara a jeho schválením na plenárním zasedání ÚV KSČ 11. prosince 1970 se definitivně ustavila ideologicky závazná interpretace roku 1968 a událostí, které mu předcházely. Každý reformní pokus o změnu zde byl principiálně odmítnut [Hejzlar 1991].

V duchu přijatých závěrů docházelo také ke zpětné revizi umělecké produkce, což v případě hudebních vydavatelství znamenalo přehodnocení jejich katalogové nabídky (Artii nevyjímaje) s cílem odstranit nahrávky až příliš spjaté s obdobím Pražského jara [NA ČR, fond MK ČSR, KA 129]. Ve Zprávě o činnosti Supraphonu z roku 1976 se objevuje otevřená kritika hudebně vydavatelské činnosti v letech 1968–1969 za to, jakým způsobem ustupovala silám, jež v oblasti závažné umělecké hudby prosazovaly „experimentální tvorbu s odrazem módních kompozičních směrů západních hudebních proudů“ [ibid.]. Ze Zpráv se dále dozvídáme, jaké motivy v hudební tvorbě nejvíce rezonovaly se zásadami normalizační kulturní politiky: „V edičních plánech přibýlo děl s náboženskou tematikou. Společensky angažované tvorbě se nedostávalo odpovídající péče. V zábavných žánrech převládala orientace na vzory západní populární hudby. Negativní vliv měla i textová část zábavné hudby.“ [ibid.]

V jiném materiálu projednávaném na úrovni ÚV KSČ – ve Zprávě o situaci a opatřeních v oblasti zábavné hudby v ČSSR – Ministerstvo kultury rozpracovalo konkrétní body, pomocí nichž by se měla dramaturgie všech hudebních vydavatelství řídit. Příkladem je metodický pokyn směřovaný k jejich ediční činnosti s cílem „omezit nárůst LP desek populárních zpěváků a snížit počet tzv. samplerových desek, tj. desek, na nichž jsou uváděny jednotlivé písničky víceméně podle náhodných hledisek bez cílevědomých dramaturgických hledisek“ [ibid.]. Ve Zprávě se dále hovoří o nepřijatelné úrovni textů populárních písní, které údajně nenaplní svou kulturně politickou úlohu v rámci socialistické umělecké produkce.

Přímo Artii byla adresována kritika za preferenci obchodních zájmů před ideologickým rozměrem edice, za přehlížení kulturně politických dopadů své tvorby a dokonce i za neúnosné upřednostňování interpretů z velkoměstského centra [NA

ČR, fond MK ČSR, KA 129]. Komerční rozměr činnosti Artie měl definitivně ustoupit ideologickým zájmům, jak lze odvodit ze Zpráv o situaci v oblasti kulturních styků se zahraničím na komerční základně z roku 1975:

*„Jde o oblast [ediční činnost Artie – pozn. autora], které je využíváno v ideologickém boji k ovlivňování myšlení lidí, k šíření prvků západního způsobu života i ke korumpování umělců ze socialistických zemí. Jde však také o oblast, v níž socialistický svět může účinně rozvíjet své ofenzivní ideologické působení a propagaci svých myšlenek do zahraničí.“*

[NA ČR, fond KSČ ÚV 1945–1989, Praha – předsednictvo 1971–1976, sv. 13]

Ideologický apel na orientaci hudebně vydavatelské činnosti je nesporný a v usnesení vlády č. 63 z téhož roku se dále dozvídáme, jaké konkrétní kroky jsou v této souvislosti požadovány v praxi: „Usměrňovat profesionální i zájmově uměleckou činnost v oblasti zábavné hudby v souladu s vysokými ideovými kritérii, zvyšovat zastoupení zábavné hudby z produkce socialistických zemí a zejména Sovětského svazu; kriticky přehodnocovat a doporučeně vymezit podíl z produkce jiných zemí. Těmto směrům je třeba důsledněji podřízovat i kritiku a publicistiku.“ [NA ČR, fond MK ČSR, KA 18] Zahraniční vývoz československé produkce se stal zkrátka jedním z důležitých zahraničně politických činitelů, jemuž komunistický režim, alespoň ve své rétorice, přisuzoval nezanedbatelný význam.<sup>8</sup>

Citelně se v každodenní činnosti Artie promítla také snaha o konsolidaci personálních poměrů zahájením tzv. personálních prověrek, jejichž smysl v roce 1971 vysvětloval pro Rudé Právo Jaroslav Jakubec, tehdejší generální ředitel PZO Artia: „Naším cílem bylo vytvořit optimální podmínky pro plnění pracovních úkolů. Snažili jsme se dosáhnout tohoto stavu důsledným a zcela objektivním pracovním politickým hodnocením, přičemž jsme se opírali o více podkladů, mezi jinými i o analýzu stranické a odborové činnosti i o analýzu kádrou.“ [Známější v zahraničí než doma 1971].

Za vrchol kritických hlasů namířených proti Artii v období začínající normalizace lze označit požadavek rozdělení pravomocí Artie mezi více podniků pod hlavičkou Ministerstva kultury, což by ale de facto znamenalo její likvidaci. Tradice, úspěšnost obchodní značky Artie a stávající obchodní závazky nakonec přiměly její kritiky spíše k jakési reformě zevnitř. O tom, co přesně to znamenalo pro další směřování Artie, se podrobněji vyjádřil znovu Jaroslav Jakubec: „Připravovaná koncepce Artie bude podřízena nejen hlediskům obchodně politickým, ale bude respektovat i kulturně politické zájmy ČSSR v zahraničí [...] Poučení z minulosti a nově se vytvářející podmínky v politickém a hospodářském životě naší země však k tomu poskytují příležitost a domníváme se, že je povinností všech zúčastněných ji plně využít. Je však nesporné, že úspěch naší snahy bude podřízen vytvoření soudružského vztahu oboustranné důvěry a respektování.“ [Hrouda 1970]

## Vývoz hudební produkce

### Ediční činnost PZO Artia

#### Dramaturgie

Až do šedesátých let se katalog Artie orientoval výhradně na potřeby tuzemského trhu s cílem vytvořit jakýsi národní katalog. Tím, že nenásledoval trendy, které byly aktuální v zahraničí, se však jeho atraktivita pro zahraniční obchodní partnery postupně snižovala do té míry, že skupina gramo nemohla naplnit své primární poslání, tedy vyvážit v nastaveném plánu československou hudební produkci do zahraničí [Umění na export 1967].

Dramaturgický přístup Artie k tvorbě katalogové nabídky se tedy musel změnit a vycházet výhradně z poptávky na zahraničních trzích. Sama Artie však vlastní hudební tvorbu až na výjimky<sup>9</sup> neprodukovala a její nabídka se ve většině případů odvíjela od nabídky tuzemských vydavatelství. Artii tedy nelze považovat za čistě hudební vydavatelství, ale spíše za jakýsi mezičlánek spojující produkci tuzemských hudebních vydavatelství se zahraničními trhy. Artia v tomto směru využívala svých zkušeností a vyvíjela úsilí při vyhledávání talentů a interpretů, kteří se odlišovali od mainstreamové nabídky. Jiří Černý uvádí dva konkrétní příklady, na kterých lze inovativní přístup Artie k ediční skladbě doložit: „To bilo přímo do očí. V průběhu dvou let Leo Jehne vydal Evě Olmerové dvě alba. První v roce 1968, kdy jí vůbec poprvé až ve 34 letech vyšlo album. V Supraphonu to bylo ale až o 10 let později. (*To první album vydané Artii* – pozn. autora) mělo jazz feeling a velký ohlas v cizině. To druhé pak vydala s jazzovými hudebníky Velebným a Roklem v době, když dělali jiné s orchestrem Smetáčkovi dixieland. A ještě patrnější to bylo s Blue Efektem, kdy tady už Blue Efekt vlastně nemohl existovat. Leo Jehne to ale nechal přetextovat a vydat.“ [Rozhovor Martina Husáka s Jiřím Černým, 2013]

V zahraničí byla originalita katalogu Artie zachována jen v případě soustavné a důkladné analýzy soudobých hudebních trendů na exportních trzích, kde se pochopitelně poptávka po určitých žánrech lišila od tuzemského trhu. Příkladem je poptávka po albech s instrumentální tvorbou, kdy se objednávky tuzemských vydavatelství pohybovaly v rozmezí 2000–3000 výtisků, zatímco prodej na zahraničních trzích se pohyboval v nákladech až 200 000 kusů [Kolář 1977].

Žánrovým těžištěm Artie byla zpočátku vážná hudba, od druhé poloviny 60. let se však její zaměření rozšířilo také na mluvené slovo<sup>10</sup> a především na oblast populární hudby, kde však dlouho nemohla prorazit (viz kapitolu Zastoupení hudebních žánrů v katalogu). V případě vážné hudby byla katalogová nabídka vždy stálejší než u žánrů populární hudby, jak v rozhovoru pro časopis *Melodie* v roce 1976 potvrzuje Leo Jehne: „Některé nahrávky máme v exportním katalogu patnáct let – jde především o desky s vážnou hudbou. V žánru populární hudby proměňujeme nabídku častěji. Ohlas populárních skladeb ovlivňuje i momentální vkus publika a my musíme přicházet s tím, co v cizině opravdu zabere.“ [ibid.]

Nárůst exportní katalogové nabídky se během 70. let pohyboval kolem 20 titulů gramofonových desek ročně, přičemž z toho 15 titulů zpravidla dodával Supraphon a 5 titulů vydavatelství Panton [Tůma 1981]. Podíl Artie v plánu výroby

gramofonových desek představoval po celou dobu normalizace přibližně 5 % z celkového objemu desek o průměru 30 cm [Rozhovor Martina Husáka s Josefem Vlčkem, 2014].

#### Ideologické a obchodní aspekty ediční politiky

Ideologické a obchodní nároky při tvorbě hudebního katalogu Artie nikdy nebyly natolik polarizujícími činiteli jako u tuzemských vydavatelství. Rozhodujícím elementem byla vždy především poptávka na cílovém trhu. Artia neměla zájem na tom, aby v katalogu zakonzervovala neprodejné tituly, byf by vyjadřovaly zájmy kulturní politiky ČSSR sebevíc [Tůma 1981]. Artia se mohla řídit jasnými identifikátory úspěchu, tj. obchodním ziskem z vývozu umělecké produkce, což představovalo výchozí kritérium pro skladbu celé edice [Rozhovor Martina Husáka s Josefem Vlčkem, 2014].

Kritéria začlenění konkrétních titulů do katalogové nabídky Artie byla tedy v první řadě motivována obchodním potenciálem daného interpreta. V období normalizace však nebylo možné při tvorbě katalogové nabídky opomenout ani politicko-ideologický rozměr, jak přiznává sám Leo Jehne: „Obchodní měřítko nejsou samozřejmě nejdůležitější a jediná, jimiž se činnost Artie řídí. Jde nám o to, abychom vyváželi kvalitní hudbu a reprezentovali socialistickou hudební kulturu i v žánru populárních skladeb.“ [Kolář 1977]

Konečné složení exportního katalogu Artie, jak již bylo zmíněno, nakonec vždy záviselo na nabídce tuzemských vydavatelství Panton a Supraphon. Z povahy takového spojení nebylo dost dobře možné, aby Ministerstvo kultury v hodnocení plnění stanovených plánů a kulturně-politických cílů tuzemských vydavatelství roli Artie vynechalo. Příkladem je dopis Ministerstva kultury z roku 1980 zaslaný Supraphonu, v němž se kritizuje negativní vliv Artie na činnost tuzemských vydavatelství: „Zdá se nám, že v ediční politice Supraphonu panuje naprostý chaos, neexistují žádné skutečné plány, které je možno kontrolovat a kterými se pracovníci organizace i řídí. Hudebními oddělení alespoň takový plán nebyl předložen a to, co jsme od I/5 obdrželi, je jen jeden z plánů, výrobných Supraphonem v průběhu roku podle nějaké momentální situace [...] Dramaturgie ediční politiky je značně roztržštěná. Pohled na skutečně realizované tituly ukazuje orientaci na menší žánry, zatímco výrazně chybí velké formy, zejména kantáty a oratoria. Chápeme komerční zájmy Artie, bylo by nicméně kulturně politickou absurdností, kdyby určujícím hlediskem pro plán Supraphonu byly vývozní zájmy a možnosti Artie.“ [NA ČR, fond MK ČSR, KA 183]

Doporučení vštěpovaná tuzemským hudebním vydavatelstvím však byla pro vývoz československé hudební produkce těžko aplikovatelná, přihlédneme-li k dynamickým proměnam zájmu, vkusu a hudební orientace zahraničního publika. Zprávy Ministerstva kultury analyzující ediční plány Artie se proto často omezovaly na vágní a ambivalentní doporučení: „Záměrem je dosažení syntézy vysoké ideové, umělecké a odborné úrovně nakladatelské produkce s ekonomickou rovnováhou, avšak tak, aby případný ekonomický přínos byl ve shodě s kulturní politikou.“ [NA ČR, fond MK ČSR, KA 185] V případě neúspěšného prodeje do zahraničí pak tytéž zprávy dokonce doporučovaly nezahrnovat tyto údaje do ukazatelů pro hodnocení instituce a jejích vedoucích pracovníků, čímž nepřímo vybízely ke zkreslování výsledků, případně ke zpětné manipulaci s plány pro dané období. Neúspěchy vývozu popu-



lárně-hudebních žánrů postupně vedly činovníky Ministerstva kultury k oslabování ideologických nároků, kdy dokonce vybízeli tuzemská vydavatelství k těsnější spolupráci s PZO Artia. Podle hodnotící zprávy o edičním plánu skupiny gramo za rok 1981 se potenciál této spolupráce naplnil: „V roce 1981 se dále prohloubila úspěšná spolupráce tuzemských vydavatelství s PZO Artia jednak častějším exportním vybavováním obalů vybraných LP desek, jednak k realizaci pěti výlučně exportních titulů.“ [NA ČR, fond MK ČSR, KA 183]

### Zastoupení hudebních žánrů v katalogu

Žánrová skladba katalogu Artie reflektovala v první řadě komerční potenciál a schopnost daného žánru adaptovat se na specifické podmínky cílových trhů. Jakkoli Artia deklarovala svou otevřenost kterémukoliv hudebnímu stylu, zaměřovala se převážně na žánry, které byly lépe obchodovatelné. Vybízela tedy produkci, která měla svou nosnost v hudební složce, nikoli v textovém či jazykovém vyjádření. Komerčně nejúspěšnější nahrávky v katalogu Artie měly sice své těžiště ve vážné hudbě (viz kapitolu Nejúspěšnější nahrávky katalogu), nelze však opomenout ani žánr populární hudby, jakkoli její vývoz dlouhodobě stagnoval [Rozhovor Martina Husáka s Lubomírem Dorůžkou, 2013].

Prodej nosičů s populární hudbou totiž závisel i na jiných faktorech, zejména na jazykové úrovni interpretů a na kvalitě překladů českých textů do angličtiny. Další bariéru v úspěšném prodeji populárně hudebních žánrů představovaly obchodní překážky v podobě smluvních závazků některých konkrétních umělců vyplývajících z jejich dohody přímo se zahraničním vydavatelstvím.<sup>11</sup> Pro zahraniční firmu znamenalo smluvní zavázání umělce možnost lépe prodat jeho tvorbu, to znamená prosadit jej do místního rozhlasového či televizního vysílání, uspořádat lokální turné apod. Taková možnost byla pochopitelně lákavější i pro samotného umělce [Tůma 1981]. Z výše uvedených důvodů se žánr populární hudby v porovnání s vážnou hudbou potýkal s daleko většími problémy a navíc čelil mnohem silnější konkurenci na zahraničních trzích. Dopad této konkurence se projevil také například v metodice pro posuzování úspěšnosti daného interpreta v rámci hodnocení ediční činnosti Artie.<sup>12</sup>

Problémy s vývozem populárně hudebních žánrů provázely Artii i v době, kdy populární hudba zažívala v celosvětovém měřítku nebyvalý rozmach. V roce 1967 se v tomto duchu vyjadřuje tehdejší obchodní ředitel Artie Pavel Smola: „Se zábavnou hudbou se nám nepodařilo prorazit. Přitom si myslím, že máme co vyvážet, třebaže ne zrovna nové Beatles, kteří by zvrátili platební bilanci našeho státu. Jenže nikdo je (československé zpěváky – pozn. autora) nezná. Nezná je proto, že neznají jejich desky, a zpěvák bez desek je jako zpěvák bez hlasu. Desky našich zpěváků nikdo nezná, protože je do zahraničí nevyvážíme. Nevyvážíme je proto, že je nikdo nekoupí. Nekoupí je nikdo, protože nezná naše zpěváky. Je to začarovaný kruh.“ [Umění na export 1967]. Ještě na počátku 70. let problémy s populární hudbou přetrvávaly, jak v roce 1970 potvrzuje Jiří Jakubec: „V zábavné hudbě nemůžeme stále předložit dostatečně atraktivní nabídku pro západní země. Ani tento úsek není tedy bez problémů, ať už kulturně politických nebo zbožových.“ [Známější v zahraničí než doma 1971] Proti rozšíření populárně hudebních žánrů v katalozích tuzemských hudebních vydavatelství paradoxně působily

samy ediční rady. Důvodem bylo personální složení edičních rad a tzv. poradních sborů, v jejichž řadách působili interpreti vážné hudby a ti pochopitelně neměli zájem na upozadění nabídky tohoto žánru. Další důvody byly ideologické, vzhledem k obecnému potlačování prozápadně laděných hudebních žánrů v kulturní politice státu, a také komerční, protože vývoz populární hudby znamenal nižší zisky.

### Nejúspěšnější nahrávky katalogu

Artia si za svou hudební produkci získala respekt odborné i laické veřejnosti. Díla vydaná Artii získala punc exkluzivity, jak na příkladu hudební tvorby ukazuje Jiří Černý:

*„Mezi muzikanty to byla marka. Kdo vydal, byl jen jedině album, u Artie, tak se vědělo, že je to známka toho, že ta hudba je dobrá, že o to má někdo zájem a že je přesvědčený o tom, že se to prodá i venku. Ta prestižní známka, to tedy Artia byla.“*

[Rozhovor Martina Husáka s Jiřím Černým, 2013]

Artia v celé své historii získala více než 40 mezinárodních cen, převážně za nahrávky s vážnou hudbou. Mezi komerčně nejúspěšnější nahrávky Artie patřily Čajkovského Koncert b moll v provedení Svjatoslava Richtera a České filharmonie, Dvořákova Novosvětská a Slovanské tance a také Smetanova Má vlast. O úspěchu československé produkce vážné hudby svědčí i to, že pronikla až do hitparád zahraničních zemí. Příkladem je druhé místo desky s 2. a 6. Symfonií Bohuslava Martinů v podání České filharmonie v americké hitparádě vážné hudby a první místo Smetanovy nahrávky Má vlast v japonské hitparádě [Tůma 1981].

Pozoruhodným a obchodně úspěšným fenoménem se pak staly velké československé dechové orchestry hrající vyšší populár a pochody. Například v roce 1978 se vyvezlo až 110 000 vylisků Straussových valčíků natočených dechovkovým „big bandem“ Rudolfa Urbance [ibid.].

V oblasti populární hudby se jako komerčně nejúspěšnější interpreti prezentovali Karel Gott a Helena Vondráčková. Gottovo album sestavené z jeho největší hitů zvané My Czech Favourite dosáhlo jako vůbec první z nahrávek populární hudby Zlaté desky, udělované za prodej více jak 250 000 vylisků. Stejně ocenění obdržel později i Brabcův Country beat za album The Best Of Country Beat [ibid.].

### Obchodní činnost PZO Artia

Obchodní činnost Artie se soustředila především na trhy východního bloku, kde měla Artia vybudované stálé kontakty na základě spolupráce mezi jednotlivými PZO. Poměr dovozu a vývozu mezi PZO jednotlivých států určovaly rámcové mezistátní obchodní dohody [Tůma 1981]. Ty se od konce 60. let řídily povinnými kvótami v poměru 1:1, což při obchodním styku mezi dvěma státy nařizovalo shodu mezi množstvím desek určených na vývoz a na dovoz. Podobné dohody ve svém důsledku deformovaly obchodní vztahy, neboť poptávka po československých deskách byla například několikanásobně vyšší než poptávka po deskách bulharských [Umění na export 1967]. V žebříčku největších odběratelů desek vyvážených Artii figurovala v rámci socialistických států na prvním místě Německá demokratická republika (NDR) následovaná Polskem a Maďarskem. V souhrnu se celé dvě třetiny vývozu Artie týkaly socialistických zemí a pouze jedna třetina pro-

dukce Artie byla určena trhům kapitalistických zemí [Tůma 1981].

Z evropských kapitalistických zemí se nejméně úspěšněji rozvíjela spolupráce s Velkou Británií (VB), Německou spolkovou republikou (NSR) a zeměmi Beneluxu, a to především v žánru vážné hudby. V mimoevropském prostoru se nejvýznamnějším obchodním partnerem stala společnost Nippon Columbia operující na japonském trhu, kde rovněž využívala náklonnosti místního publika k československým interpretům vážné hudby<sup>13</sup>.

Obchodování s kapitalistickými zeměmi pro Artii znamenalo, že se pohybovala na volném trhu a její produkce byla konfrontována s nepoměrně vyšší konkurencí než na socialistických trzích. Připočteme-li k tomu fakt, že nejméně 80 % světového obrátu tvořily desky s populární hudbou, v níž Artia nenacházela těžiště pro svůj vývoz, byla její pozice na kapitalistických trzích velmi složitá [Umění na export 1967].

### Formy obchodní spolupráce

Obchodování Artie obecně probíhalo dvěma způsoby – buď ve formě uzavření zastupitelské smlouvy, nebo v podobě licenčních smluv, které se týkaly výhradně nahrávek Supraphonu. V případě první možnosti se zahraniční partneři zavázali k odběru určitého množství desek na základě platného exportního edičního plánu pro daný rok. V praxi se nejčastěji uzavíraly tříleté smlouvy zajišťující průběžný nárůst prodaných kusů a pravidelný přísun finančních prostředků [Tůma 1981]. V případě licenčních smluv se nahrávky Supraphonu lisovaly na gramodesky buď přímo pod značkou Supraphonu, nebo s uvedením obchodního partnera [Hrouda 1970]. V 70. letech význam prodeje na licenční bázi postupně zesiloval především kvůli stagnujícímu vývozu hotových desek do kapitalistických států. V důsledku daného vývoje se situací opakovaně zabýval také ekonomický odbor Ministerstva kultury. V analýze z roku 1983 upozorňoval na neplnění stanoveného plánu s odůvodněním, že za problémy s klesajícím prodejem hotových desek stojí vysoká konkurence a problémy s včasnou výrobou desek. Vzniklá situace navíc nutila Artii ke snížení prodejních cen, čímž se ekonomická bilance obchodu jen více zhoršovala [NA ČR, fond MK ČSR, KA 183].

Dlouhodobým nástrojem pro nastartování vývozu československé hudební produkce se měla stát těsnější obchodní spolupráce s vybranými regiony, založená výhradně na licenční bázi. Licenční obchod navíc znamenal snížení nákladů za celní poplatky vznikající při obchodování s hotovými deskami [NA ČR, fond MK ČSR, KA 131].

### Rozvoj obchodních příležitostí

Ve snaze navázat spolupráci se zahraničními obchodními partnery Artia využívala celou řadu prostředků. Jedním z nejúčinnějších v období normalizace byla účast jejích zástupců na festivalu Midem ve francouzském Cannes, známému díky burze gramofonových desek s účastí nejdůležitějších osobností světového hudebního průmyslu. Účastí na festivalu Artia získávala přesnou představu o aktuálních hudebních trendech ve světě, a mohla si tak ověřit obchodní potenciál chystaných hudebních novinek ve svém katalogu [Tůma 1981].

Další z možných platforem pro obchodní prezentaci katalogu Artie představovaly tzv. přehrávky zinscenované přímo pro konkrétní obchodního partnera a především hudební festi-

vály. Za zmínku stojí například úspěšné účinkování hudební skupiny Countrybeat na festivalech ve Wembley a v Nashvillu v roce 1973, které posléze vyústilo v dlouhodobou spolupráci Artie se zahraničními obchodními partnery [ibid.].

S dopadem na československý trh se o popularizaci dovážené hudební produkce Artie zasloužila také odborná periodika (především pak časopis Melodie), která své čtenáře pravidelně upozorňovala na novinky z katalogu Artie [ibid.].

## Dovoz hudební produkce

Důležitou úlohu Artia zastávala rovněž při zprostředkování hudební produkce světových vydavatelství směrem k československému publiku. Z jejich katalogů vybírala hudební nahrávky za účelem jejich výroby přímo v Československu. O konečném prodeji rozhodovalo hudební vydavatelství Supraphon držící výhradní právo na vydávání zahraničních licenčních titulů. Pozoruhodný fenomén zmiňuje v této souvislosti Josef Vlček, který vzpomíná na tradiční vánoční prodej desek indické výroby Dum Dum, který trval až do roku 1974. Tyto desky byly i přes technické nedostatky okamžitě rozprodány [Rozhovor Martina Husáka s Josefem Vlčkem, 2014].

Dovoz hudební produkce probíhal podobně jako u vývozu dvěma směry, tj. z kapitalistických a socialistických trhů. V souladu s politickým zadáním měla orientace dovozu, nezávisle na hudebním žánru, vycházet především z nabídky zemí východního bloku. K naplnění této instrukce však až do nástupu normalizace nedošlo. Například edice vážné hudby se ještě v roce 1971 skládala z 26 titulů z kapitalistických zemí a jen z 6 titulů z trhů socialistických zemí. K obrátu situace došlo až v roce 1974, kdy se dovoz titulů vážné hudby změnil v poměru 7:13 ve prospěch socialistické produkce [NA ČR, fond MK ČSR, KA 129]. V oblasti populárně hudebních žánrů zůstávala situace dlouhodobě neuspokojivá a odrážela značný nedostatek zajímavých a kvalitních titulů z produkce socialistických zemí [Rozhovor Martina Husáka s Lubomírem Dorůžkou, 2013].

## Problémy hudebně vydavatelské činnosti PZO Artia

### Organizace hudebně vydavatelské činnosti

Cíle Artie v hudebně vydavatelské činnosti pochopitelně narážely na limity dané celkovým stavem hudebního průmyslu, který se v případě Československa nejvíce potýkal s problémy v oblasti výroby. Nedostatečné výrobní kapacity, nedostupnost materiálu (lisovací hmota, papíry atd.) a zaostalý vývoj v polygrafickém průmyslu zhoršovaly v období normalizace vztahy s obchodními partnery a často znamenaly překážku v plnění plánu [Hrouda 1970].

Zárodkem všech problémů v činnosti hudebních vydavatelství byla také snaha o jejich centralizované řízení a z toho vyplývající nepřehledná organizační struktura. Jedním z mnoha příkladů dokládající tlak kulturní politiky státu na jednotné řízení hudebního průmyslu je závěrečná zpráva o řízení gramofonového oboru v ČSSR z roku 1980, v níž se definují dosavadní klíčové problémy oboru a v níž se apeluje na koordinovanou spolupráci všech zainteresovaných stran z oblasti výroby, obchodu a kultury s cílem dalšího rozvoje

gramofonového průmyslu v ČSSR [NA ČR, fond MK ČSR, KA 130]. V případě Artie však přijatá opatření nikdy nevedla k žádanému účinku. Situace kolem Artie se naopak vlivem neefektivního modelu dvojkolejného institucionálního řízení stále zhoršovala (viz kapitolu PZO Artia).

Nepřehledná institucionální příslušnost Artie negativně působila také na její spolupráci se zahraničními obchodními partnery. Už v roce 1967 se k tomu vyjádřil také Jiří Vinařický, jeden z vedoucích pracovníků zahraničního obchodu v Supraphonu: „To je i na nás příliš komplikované, natož pak na zahraničního partnera. Ten nikdy nepochopí, proč zrovna u nás musí jednat s tolika institucemi a organizacemi. Samozřejmě, že pak mnohé naše zahraniční partnery přejde chuť zabývat se naším uměním.“ [Umění na export 1967].

Podchytit proměnlivou a dynamicky se vyvíjející poptávku na zahraničních trzích pro Artii znamenalo obtížně splnitelný úkol. Příkladem byl v roce 1978 maďarský trh, kde se náhle zvýšila poptávka po rockové hudbě na úkor předchozího zájmu o swing. Situace v Maďarsku ale neodpovídala trendům na československém trhu, kde v té době zájem o swing naopak sílil. S podobnou situací se Artia setkávala i na trzích v NDR a ve VB. Zatímco v NDR se od Artie stále očekával především vývoz lidovky coby ryze československý folklór, ve VB se zájem o produkci Artie týkal výhradně instrumentálních desek využívaných nejčastěji jako tzv. background music. Poptávka na britském trhu se však profilovala velkým zájmem tamějšího publika o rockovou hudbu a v podání československých skupin o ní vzhledem k vyspělosti a delší tradici rockové hudby na britských ostrovech nebyl zájem [Tůma 1981]. O co menší byl zájem o československou rockovou hudbu na západních trzích, o to více se jí vyváželo do zemí východního bloku, zvláště do Sovětského svazu. Josef Vlček zmiňuje zejména poptávku ruského publika: „Tam se vyváželo všechno, protože Rusové brali všechno. Tak jestli se prodalo dvě stě tisíc vylisků nové desky Olympicu s anglickými texty, tak v Rusku to zmizelo. V té obrovské zemi to prostě jenom zahučelo. Na západ se to samozřejmě prodávalo špatně, to nikoho nezajímalo.“ [Rozhovor Martina Husáka s Josefem Vlčkem, 2014]. Vývozem československých interpretů do Sovětského svazu se však problémy s uplatněním katalogu Artie na jiných trzích nevyřešily a kritická vyjádření nejvyšších představitelů Artie pro časopis Melodie to jen potvrzují.<sup>14</sup>

### Delimitační řízení

Zatímco v období nastupující normalizace stály za kritikou Artie důvody politického a ideologického rázu, v období 2. poloviny 80. let se snahy o omezení vlivu a pravomocí Artie zakládaly čistě na motivech ekonomického zisku. Za tímto účelem docházelo v tzv. delimitačním řízení k oslabení výhradní kompetence Artie k zahraničně obchodní činnosti ve prospěch Supraphonu. Zájem Supraphonu o účast na dovozu a vývozu gramofonových desek vycházel z vidiny devizových příjmů a způsoboval dlouhotrvající rozepře mezi Artii a Ministerstvem zahraničního obchodu na straně jedné a Supraphonem a Ministerstvem kultury na straně druhé. V roce 1987 situace definitivně vyústila v přesunutí kompetencí k zabezpečení zahraničně obchodní činnosti z Artie na Supraphon. V roce 1989 Supraphon převzal také odpovědnost za dovozní činnost a získal zahraničně obchodní pravomoci Pragokonzertu. Oficiální zdůvodnění poukazovalo na efek-

tivnější způsob řízení, jsou-li dané kompetence sdružovány v rámci jednoho podniku a nejsou roztrženy v působnosti více subjektů [NA ČR, fond MK ČSR, KA 186].

Ztráta legislativní opory pro zahraničně obchodní činnost Artie v rámci delimitačního řízení vyústila v roce 1990 v definitivní zánik Artie a její odkaz už nebyl nikdy žádnou z nastupujících institucí plnohodnotně naplněn.<sup>15</sup>

### Závěr

Hudba se ve 2. polovině 20. století v různých žánrových obměnách projevovala jako významný hybatel kulturního a společenského života nejen v západním kapitalistickém světě, ale rovněž v socialistických zemích východního bloku včetně Československa. Vzdávající celospolečenská poptávka po hudebních nahrávkách vyvolala mezi představiteli obou politických táborů v období studené války celou řadu otázek, které bylo nutné posuzovat prizmatem ideologických i ekonomických zájmů. V případě Československa i ostatních zemí východního bloku přijaté závěry vedly ke vzniku monopolního postavení státu v oblasti hudebně vydavatelské činnosti s cílem najít mezi ideologickými a ekonomickými motivy hudební tvorby žádanou rovnováhu. Organizace hudebně vydavatelské činnosti tedy podléhala systému řízení komunistické moci ovlivňující fungování hudebních vydavatelství v každodenní praxi. Vymanit se z mechanismů kontroly a odchýlit se při skladbě edičního plánu od diktátu socialistické estetiky šlo jen do té míry, do jaké to byli odpovědní pracovníci hudebních vydavatelství schopni obhájit před dozorujícími institucemi.

Artia zaujímal ve struktuře hudebních vydavatelství specifické postavení dané jejím institucionálním zařazením do struktury PZO (za účelem prodeje kulturních statků do zahraničí) a osobností Lea Jehneho, který garantoval progresivní rozvoj hudební edice navzdory propagandisticky proklamovaným cílům kulturní politiky. Sladění ideologických nároků a ekonomického potenciálu hudební produkce bylo možné u Artie jen zdánlivě. V samotné praxi nutně docházelo k oslabení jedné z priorit, přičemž v historickém vývoji Artie byl upozaděn spíše ideologický a kulturně-politický rozměr vydavatelské činnosti. Politický tlak na ediční činnost Artie i na směřování její obchodní politiky vrcholil v období normalizace, především pak v jejích počátcích ve snaze distancovat se od reformního étosu Pražského jara. Součástí tohoto postoje byly i ostentativní výroky pro tištěná média ze strany jejich funkcionářů horujících pro hlubší reflexi ideologických kritérií v celkové dramaturgii Artie, například častějším zařazením hudební produkce socialistických zemí do hudebního katalogu. Podobné proklamace se přesto nepromítly do každodenní vydavatelské praxe Artie v takové míře jako u tuzemských hudebních vydavatelství.

Pro široké spektrum zájemců o kvalitní hudební produkci v totalitním Československu plnila Artia i v daném období nezastupitelnou úlohu, která si zaslouží jistě více pozornosti, než se jí dostává v této práci.

- Bohatcová, Mirjam. 1973. *Česká kniha a svět*. Praha: Artia.
- Burget, Eduard. 2012. „Artia 1953–1990.“ *Slovník české literatury po roce 1945* [online]. Praha: Ústav pro českou literaturu [cit. 9. 6. 2015]. Dostupné z: <http://tinyurl.com/hs49m6f>.
- Činátl, Kamil. 2010. Jazyk normalizační moci. In: Petr A. Bílek, Blanka Činátlová (ed.). *Tesilová kavalerie. Popkulturní obrazy normalizace*. Příbram: Pistorius & Olšanská.
- Hejzlar, Zdeněk. 1991. *Praha ve stínu Stalina a Brežněva. Vznik a porážka reformního komunismu v Československu*. Praha: Práce.
- Hrouda, Vladimír. 1970. „Kultura a obchod.“ *Rudé Právo* 51 (247): 5 [online]. Praha: Deník ÚV KSČ, 17.10. [cit. 16. 6. 2015]. Dostupné z: <http://tinyurl.com/hmhrcdp>.
- Kolář, Jan. 1977. Artia známá i neznámá. *Melodie* 3: 66–68. Praha: Panorama.
- Komárek, Valtr. 2006. „Zahraniční obchod.“ *Slovníková příručka k československým dějinám 1948-1989* (VIII. Ekonomický systém, národní hospodářství. Způsoby ovládnutí společnosti komunistickou stranou, komunistický režim a obyvatelstvo) [online]. Praha: Ústav pro soudobé dějiny AV ČR [cit. 9. 6. 2015]. Dostupné z: <http://tinyurl.com/q6qj84c>.
- Matoušek, Daniel. 2013. *Gramofonový průmysl v komunistickém Československu se zaměřením na dobu tzv. normalizace*. Diplomová práce. Brno: Ústav hudební vědy, Filozofická fakulta Masarykovy univerzity.
- Nakladatelství Artia v zrcadle zahraniční kritiky: Výbor z recenzí*. 1958. Praha: Artia.
- Národní archiv ČR, fond Ministerstva kultury ČSR, karton 18.
- Národní archiv ČR, fond Ministerstva kultury ČSR, karton 129.
- Národní archiv ČR, fond Ministerstva kultury ČSR, karton 130.
- Národní archiv ČR, fond Ministerstva kultury ČSR, karton 131.
- Národní archiv ČR, fond Ministerstva kultury ČSR, karton 183.
- Národní archiv ČR, fond Ministerstva kultury ČSR, karton 185.
- Národní archiv ČR, fond Ministerstva kultury ČSR, karton 186.
- Národní archiv ČR, fond KSČ ÚV 1945–1989, Praha - předsednictvo 1971–1976, sv. 131.
- Paulů, Lukáš. 2007. *Mezinárodní obchod hudebního vydavatelství Supraphon a hudebního nakladatelství Pro Vox Music publishing*. Diplomová práce. Praha: Fakulta mezinárodních vztahů Vysoké školy ekonomické.
- Pilka, Jiří. 1966. „Šedesát let Supraphonu.“ *Hudební rozhledy* [online] [cit. 14. 5. 2013]. Dostupné z: <http://tinyurl.com/h4rjtlg>.
- Provazník, Zdeněk. 1966. „Ve znamení Pegasa.“ *Rudé Právo* 46 (26): 1 [online]. Praha: Deník ÚV KSČ, 27. 1. [cit. 17. 6. 2015]. Dostupné z: <http://tinyurl.com/jx9yeqw>.
- Statistice knih a desek do zahraničí*. 1955. *Rudé Právo* [online]. Praha: Deník ÚV KSČ, 28. 11. , roč. 36, č. 329, s. 1 [cit. 16. 6. 2015]. Dostupné z: <http://tinyurl.com/zrvhj6f>.
- Tůma, Jaromír. 1981. Na světový trh bez respektu i růžových brýlí. *Melodie* 1: 1-3. Praha: Panorama.
- Umění na export*. 1967. Kulturní tvorba [online]. Praha: ÚV KSČ, 17. 8. Roč. 5, č. 33, s. 3 [cit. 18. 6. 2015]. Dostupné z: <http://tinyurl.com/o2phq9u>.
- Znamější v zahraničí než doma*. 1971. *Rudé Právo* [online]. Praha: Deník ÚV KSČ, 18. 5. , roč. 21, č. 116, s. 5 [cit. 16. 6. 2015]. Dostupné z: <http://tinyurl.com/ok8u4on>.
- Rozhovor Martina Husáka s Jiřím Černým v Praze dne 4. 10. 2013.
- Rozhovor Martina Husáka s Josefem Vlčkem v Praze dne 18. 7. 2014.
- Rozhovor Martina Husáka s Lubomírem Dorůžkou v Praze dne 12. 8. 2013.

Martin Husák je absolventem mediálních studií na Institutu komunikačních studií a žurnalistiky na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy (IKSŽ FSV UK), kde v současnosti pokračuje v doktorském studijním programu Mediální a komunikační studia. Ve své badatelské činnosti se dlouhodobě věnuje výzkumu populární hudby v kontextu československé kulturní a mediální politiky se zaměřením na období normalizace. Tématem jeho disertační práce je zkoumání mediálního zobrazení československé alternativní kultury na příkladu rockové hudby.

Lze jej kontaktovat na adrese: [martin.husak@email.cz](mailto:martin.husak@email.cz)



- <sup>1</sup> Tento výzkum byl podpořen z projektu SVV IKSŽ FSV UK 260231 a Grantovou agenturou Univerzity Karlovy v Praze (projekt č. 1004214).
- <sup>2</sup> Srov. Nakladatelství Artia in zrcadle zahraniční kritiky: Výbor z recenzí 1958; Bohatcová 1973.
- <sup>3</sup> Pojednává-li se v textu o Artii, je tím míněna právě obchodní skupina gramo, pokud z daného kontextu nevyplývá jinak.
- <sup>4</sup> Pro více informací o historickém vývoji hudebně vydavatelské činnosti v Československu srov. [Piilka 2013] a [Matoušek 2013]. Ucelený pohled na fungování hudebního průmyslu u nás i ve světě nabízí ve své diplomové práci Lukáš Paulů [2007], který na příkladu hudebních vydavatelství Supraphon a ProVox music publishing ukazuje hlavní vývojové trendy v historii oboru.
- <sup>5</sup> Také v oblasti hudebně vydavatelské činnosti se ekonomický systém sdružoval pod monopolní kontrolou státu na platformě tzv. podniků zahraničního obchodu (PZO) stejně, jako tomu bylo v jiných průmyslových odvětvích. Význam takového uspořádání v oblasti hudebního průmyslu spočíval nejen v zajištění devizových příjmů, ale také v nastavení kontrolních mechanismů řídicích „výměnu kulturních a uměleckých hodnot domácích i zahraničních, které pronikají až do výchovy socialistického člověka“ [NA ČR, fond KSČ ÚV 1945–1989, Praha – předsednictvo 1971–1976, sv. 131]. V praxi to znamenalo, že PZO odebíraly produkci výrobních podniků a podle zbožových, teritoriálních a cenových direktiv Ministerstva zahraničního obchodu realizovaly veškeré vývozní a dovozní operace [Komárek 2006].
- <sup>6</sup> Pro představu: celkový objem obchodu Artie činil například v roce 1970 necelou 1 miliardu Kčs [Známější v zahraničí než doma 1971].
- <sup>7</sup> Například podle Jiřího Černého stála za úspěchem Artie právě originalita katalogové nabídky, v níž se Jehne neváhal vydat tzv. proti proudu, když podporoval do té doby nedocenené interprety: „V době, kdy Hanka Ulrychová začala dělat nahrávky s Atlantisem Jehne třeba napsal: ‘Tady je konečně zpěvačka, která umí vyslovovat, frázovat rock and roll. Yvonne byla sice průkopnice, ale teď nastupuje ona.’ To se špatně poslouchalo, protože Yvonne Přenosilová pro nás byla nejen průkopnice, ale v dané době také nejlepší rocková zpěvačka.“ [Rozhovor Martina Husáka s Jiřím Černým, 2013].
- <sup>8</sup> V samotné praxi se ideologické nároky obecně na činnost PZO neuplatňovaly v takové míře jako pro tuzemské podniky. PZO Artia nebyla v tomto směru výjimkou, což například Jiří Černý vysvětluje následovně: „Celá Artia byla trochu mimo zájem ÚV partaje a Státní bezpečnosti, kterým šlo o to, co se děje tady. To, co budou poslouchat Maďari, Poláci a Rusové, na tom jim tak nezáleželo.“ [Rozhovor Martina Husáka s Jiřím Černým, 2013]
- <sup>9</sup> Výjimku představuje například album hudební skupiny C & K Vokal, kterou díky iniciativě Lea Jehneho Artia produkovala a s úspěchem prodávala jak na zahraničním, tak prostřednictvím Supraphonu i na domácím trhu [Rozhovor Martina Husáka s Jiřím Černým, 2013].
- <sup>10</sup> Premiantem v této oblasti byla německy namluvená deska Spejbla a Hurvínka, která obdržela ocenění Platinová deska za prodej více jak 250 tis. výtisků [Kolář 1977].
- <sup>11</sup> Takovým příkladem je v kontextu československé populární hudby spolupráce Karla Gotta s německým hudebním vydavatelstvím Polydor [Tůma 1981].
- <sup>12</sup> Zatímco u vážné hudby se za úspěšnou desku považovala každá, již se prodalo nad 2000 výtisků, u populární hudby podobné měřítko neobstálo [Tůma 1981].
- <sup>13</sup> V roce 1971 dosáhla produkce Nippon Columbia dokonce 2 miliónů gramofonových desek s československými interprety [Známější v zahraničí než doma 1971].
- <sup>14</sup> Srov. [Tůma 1981] a [Kolář 1977].
- <sup>15</sup> O vzniku a vývoji nástupnických organizací PZO Artie pojednává více například Eduard Burgert [2012]