

DIGITÁLNÍ BUDOUCNOST V ZAJETÍ TRŽNÍCH SIL

rozhovor s Grahamem Murdockem

Ptala se Monika Metyková

Graham Murdock je profesorem sociologie kultury na Loughborough University v Anglii. Zabývá se zejména organizací a fungováním mediálního průmyslu, pokrytím terorismu, nepokojů a jiných politických události tiskem a televizí. Ve svých pracích se věnuje také sociálním vlivům nových komunikačních technologií. Jeho nejnovějšími publikacemi jsou *Political Economy of the Media* (Politická ekonomie médií, z roku 1997, spoluautor Peter Golding), *Researching Communications: A Practical Guide to Methods in Media and Cultural Analysis* (Výzkum v oblasti komunikace: Praktická příručka metod v mediální a kulturní analýze z roku 1998, spoluautoři David Deacon, Michael Pickering a Peter Golding) a *Television Across Europe* (Televize v Evropě z roku 2001, spoluautoři Jan Wieten a Peter Dahlgren).

Domníváte se, že digitální revoluce je především záležitostí technologické změny?

Je jisté, že právě probíhá jistý fundamentální technologický posun. Rychle se posouváme směrem k digitálním systémům médií, které vyžadují, aby byly všechny formy informací a vyjádření kódovány, shromažďovány a manipulovány pomocí stejného univerzálního jazyka nul a jedniček, jazyka počítačů. Toto je zásadní změna oproti minulosti, neboť znamená, že tradičně oddělené formy lidského vyjadřování mohou být dnes kombinovány zcela novými způsoby. Opravdu důležité je však mít na paměti, že s touto technologickou změnou probíhá zároveň fundamentální změna v ekonomické organizaci komunikačního systému – změna, kterou označujeme slovem marketizace.¹ Množství komunikačních kanálů a kulturních aktivit, které byly podporované ze státního rozpočtu, se postupně zmenšuje a tržní organizační formy a tržní smýšlení a kritéria posouzení se rychle rozšiřují. Tento proces je spjat s technologickými změnami takovým způsobem, že možnosti, které teoreticky nabízí, jsou zásadním způsobem určované ekonomickou dynamikou nového tržního systému.

Obecně se má za to, že nová média přináší více kreativity, více moci konzumentům. Vy patrně nenahlížíte na nové technologie tímto způsobem?

Ne, ve skutečnosti je chápu přesně naopak. Velké mediální společnosti byly Internetem prokazatelně nachytány na švestkách. Některé nepředpokládaly, že se Internet stane příliš důležitým, jiné se stále silněji obávaly, že jim odebere publikum. Komerční televizní společnosti například vyděšeně sledovaly, jak teenageři a mladí lidé trávili stále více času „na síti“ než u televizní obrazovky. Křivka nabírání zkušeností byla hodně prudká, nyní ale velké společnosti změnily svoji obrannou pozici v aktivní: poučily se a vyvinuly celou řadu strategií vhodných na kontrolu interaktivity. Většina z nich se pokouší přesvědčit lidi, aby vyhledávali interakce především s výrobky, které samy připravily a které mají pod kontrolou. Čeho se obávají nejvíce, je vzájemné sdílení informací (*peer-to-peer transactions*), horizontální transakce, které se uplatňují např. při stahování a výměně hudebních souborů. Ale i tady vidíme, že velké společnosti přijaly jistým způsobem fakt, že se musí přizpůsobit novým aktivitám a užití ze strany publika a snaží se tento jev včlenit do svých vlastních strategií. Domnívám se tedy, že aktivita a kreativita diváků poroste, ale bude do zásadní míry pod kontrolou korporací.

Dovolte mi uvést příklad. Jedna z neúspěšnějších počítačových her se nazývá Sims – zkratka pro simulaci – a je založena na smyšleném sousedství rodin. Tato hra má spoustu

¹ Tento termín bychom mohli přeložit jako ztržnění, označuje tady pronikání tržních principů a mechanismů do oblasti komunikace (poznámka překladatele).

příznivců po celém světě a mnohá její zlepšení navrhli lidé, kteří ji hráli, a to dokonce do té míry, že se předpokládá, že do několika let bude větší část jejího obsahu vytvářena samotnými hráči. Přesto však budou hráči hrát podle plánu vytvořeného firmou. I kdyby byl celý obsah hry utvářen hráči, neposkytne jim to větší vliv. Právě naopak. Ve skutečnosti se stanou neplacenými zaměstnanci firmy. Zisky se pohnou firmě, která tak paralelně s tím vydělává na loajalitě uživatelů, kterou dále posiluje povzbuzováním hráčů, aby hráli hru, kterou sami přetvořili. Ve skutečnosti se společnosti stávají stále chytřejšími v profitování z interaktivity a v jejím využití jako „přidané hodnoty“ za účelem udržení závislosti na svých produktech. Chápou, že nelze pouze někomu něco prodat a nechat to být, ale že s uživateli musí udržovat trvalý vztah, který jim dává pocit, že mají věci pod kontrolou. Kreativita publika se stává nezbytnou součástí úspěšného produktu, což ovšem nemění rozvržení sil. Nemění se místo, kde se činí konečná rozhodnutí. Hlavní myšlenka hry a její základní formát byly tedy ještě stále vytvořeny někde jinde než mezi hráči. A domnívám se, že je důležité si tento fakt uvědomovat.

V souvislosti s novými médii, konkrétně s Internetem, se odvolává na jeho schopnost narušovat symbolické mocenské nerovnosti, aniž by je však vymýtil docela.

Narušil je na samém počátku, nyní ovšem nejvýznamnější mocenská centra, tedy jak vlády tak korporace, pilně vymýšlejí strategie pro jeho kooptaci a ovládnutí a množství nepředvídaných narušení, pokud přijmete tento termín, ze strany běžných uživatelů se stále zmenšuje. Jak jsem řekl, dnes se začíná rozvíjet něco ve smyslu společností sponzorovaného narušení. Firmy usilují o jisté množství zásahů ze strany uživatele, neboť poskytují lidem jakýsi druh živoucího vztahu ke komoditám. Společnosti si ale nepřejí, aby tyto zásahy nabyly takových forem, které by nebylo lze napravit. A právě toto je princip nových marketingových strategií. Jde o nový druh komodity – flexibilní komodita umožňující, aby si s ní lidé pohrávali, aby ji ohýbali, ovšem nikoli za určitou hranici.

Způsob, jakým se vyvíjejí telekomunikace a vysílání, je silně ovlivněn politickými postoji. V posledních deseti letech převažovala v tomto průmyslovém odvětví politika deregulace. Vy nemáte rád termín deregulace. Proč?

Dávám přednost výrazu přesměrování regulace (*re-gearing of regulation*). Termín deregulace je velmi zavádějící, neboť upozorňuje na množství regulace, a ne na její směřování. Skutečně podstatné přitom není, kolik je regulace, ale jaké je její odůvodnění. A já se domnívám, že to, co jsme mohli sledovat posledních dvacet let, kdy proces marketizace akceleroval, je změna v zaměření regulace. Směřuje od obrany veřejného zájmu k vytváření takového prostředí, v němž se telekomunikační a vysílací společnosti budou moci chovat jako kdyby byly stejného charakteru jako ostatní společnosti produkující jiné zboží. Toto je podle mého názoru pro zajištění různorodosti debaty a adekvátních informačních toků nesmírně nebezpečné, ale rozhodně se tak děje. Podíváte-li se například na nový návrh telekomunikačního zákona, který byl právě předložen britskému parlamentu, zjistíte, že se v něm opakovaně hovoří o divácích především jako o konzumentech, a nikoli jako o občanech. Regulace se koncipuje především ve smyslu soutěžního zákona a ochrany spotřebitele. Jde zde o snahu zabránit monopolním aktérům, aby manipulovali trh pro vlastní účely, a o snahu zaručit, že nově vstoupivší budou mít na trhu stejné šance jako ostatní. Z hlediska spotřebitelů se jedná o regulaci následnou, podobně jako kdybyste koupili porouchanou pračku a měli právo ji vrátit a dostat zpět svoje peníze. Upustilo se od regulace, která je pro-aktivní a má za cíl vytvořit komunikační prostředí respektující určité veřejné závazky k otevřené diskusi a různosti názorů. Právě toto dnes mizí. Například v případě Velké Británie televizní společnosti budou regulovat samy sebe, jako součást obecního posunu k samoregulaci. Společnosti budou na začátku roku povinny předložit plán své předpokládané činnosti a na konci roku řeknou, zda toho dosáhly, či nikoli. Regulační orgán zasáhne pouze

v případě dostatečné nespokojenosti konzumentů, nebo dojde-li k nějakým technickým prohřeškům proti soutěžnímu zákonu.

Dochází tedy vlastně k tomu, že se s vysílacími a komunikačními společnostmi zachází jako by byly pouze stejnými průmyslovými odvětvími jako ty další, zatímco historicky byla regulace postavena na předpokladu, že jde o jedinečné odvětví. A to proto, že vytváří znalosti, informace a formy vyjádření, které lidem umožňují pochopit svět a jednat v něm. Právě proto, že sehrávaly tuto ústřední roli v udržování demokratické společnosti, nemohlo se s nimi nakládat jako s ostatními průmyslovými odvětvími a musely být na ně uvaleny zvláštní požadavky na službu veřejnosti, aby naplnily demokratické ideály. Tato vize se dnes vytrácí. Jediné, co se bude požadovat, je, aby přiměřeně fungovaly jako průmyslové odvětví. Zda budou důsledky takového jednání pro demokracii prospěšné nebo škodlivé je dnes pro regulátory téměř irelevantní.

V souvislosti s vysíláním veřejné služby se ozývají hlasy za změnu přístupu. Tvrdí, že kvůli digitalizaci nemůžeme nadále používat omezenost vysílacího spektra jako základní odůvodnění existence vysílání veřejné služby. Co si o tomto názoru myslíte?

Vysílání veřejné služby nebylo nikdy zdůvodněno pouze na základě omezeného vysílacího spektra. Vždy bylo založeno na filozofických argumentech. Podíváte-li se na zahájení vysílání ve dvacátých letech dvacátého století, zjistíte, že se překrývalo se dvěma obrovskými změnami v sociálním a ekonomickém systému. Na jedné straně vznikla masová produkce a masová spotřeba. Na druhé straně se zavedlo všeobecné hlasovací právo a prosadila se myšlenka obecného občanství. Vysílací systémy se tedy musely rozhodnout, jak se k těmto změnám postaví, přičemž měly na výběr ze dvou možností. V USA se vysílání stalo součástí tržního hospodářství, které podporovalo novou konzumní kulturu, jejímž základním účelem bylo prodat publikum zadavatelům reklamy. Toto bylo jeho ekonomické odůvodnění. V Evropě, a samozřejmě v Británii, se rozhodlo, že vysílání by se nemělo stát součástí tohoto nového propagačního systému konzumerismu, nýbrž by mělo poskytovat zdroje pro občany ve formě informací a prostoru pro diskusi, který lidé potřebovali pro to, aby se mohli plně podílet na novém politickém procesu. Základní zdůvodnění vysílání veřejné služby bylo vždy především politické a filozofické a vycházelo z předpokladu, že komerční vysílání by nevytvořilo všechny podmínky, které lidé potřebují pro to, aby byli dobře informovanými a kompetentními občany. Omezenost vysílacího spektra byla v této debatě druhořadým argumentem. Ovlivnila způsob sestavení vysílacího systému, ale ne jeho základní princip. To pořád platí. Je pravdou, že digitalizace televizních signálů znamená, že máme mnohem více vysílacích frekvencí ve stejném spektru, které zabraly staré, analogové signály, ale nemění to v žádném případě filozofický argument hovořící ve prospěch vysílání veřejné služby. Naopak je možné tvrdit, že tento argument je dnes důležitější než v době začátků vysílání. Dnes tu máme globální spotřební systém živený velkými nadnárodními společnostmi, ale vidíme také počátky kosmopolitního pojetí občanství, které již není exkluzivně spojeno s členstvím v národním státě a s účastí v národním politickém systému, ale je také silně spjata s účastí ve světovém systému a eventuálně v celosvětovém systému vládnutí. V této situaci na sebe veřejné vysílání bere dodatečnou odpovědnost za pomoc s porozuměním procesu globalizace a při hledání nových postojů ve vztahu k lidem na celém světě, se kterými se občané nikdy nepotkají, ale za které jsou zodpovědní. Zmíňme se například o zaměstnávání dětí. Jsme nyní svědky bojkotů zboží jako například sportovních bot a sportovního oblečení, kdy lidé odmítnou nakupovat zboží, které je vyráběno vykořisťovanými a zneužívanými dětmi. Tyto skutky jsou náznakem nového chápání občanství. Vysílání veřejné služby sehrává nenahraditelnou roli v diskusi o možných způsobech chápání nás samotných jako občanů tohoto nového globálního komplexu. Technický argument týkající se konce omezenosti vysílacího spektra je tedy irelevantní. Skutečné otázky, které zůstávají jsou filozofické: K čemu slouží vysílání? Komu slouží? O co by mělo usilovat?

Právě jste se zmínil o globální občanské společnosti. To mě přivádí k otázce ohledně Internetu, který je chápán především jako způsob, jak takovou společnost vytvořit. Poskytuje Internet takové možnosti, anebo je v tomto ohledu přeceňován?

Domnívám se, že skutečně má tento potenciál. Otázkou je, zda jej může realizovat za daných okolností. To je velká otázka. Internet, jako oblast komunikace, je v současnosti předmětem intenzivní soutěže mezi třemi základními principy. Je zde velký tlak na komercializaci Internetu a jeho proměnu v distribuční systém, ve kterém by měli lidé přístup pouze k produktům, které si zaplatili. Jak už jsem řekl, po pomalém startu se korporace snaží velmi intenzivně mobilizovat Internet jako způsob prodeje svých služeb. Za druhé lze, především po 11. září, ze strany států a vlád pozorovat silný zájem monitorovat provoz na Internetu, snahu použít Internet jako mechanismus dozoru, tedy snahu zjistit, na co se lidé dívají, s kým mluví, vystopovat jejich pohyb sítí vztahů. Tato snaha bude podle mého názoru stále sílit. Nový zákon o vnitrostátní bezpečnosti (*Homeland Security Act*), který právě vešel v platnost ve Spojených státech, dává tamějším vládním složkám nebývalé kompetence monitorovat používání Internetu a elektronické pošty. Takže oba silné mocenské bloky mají vážný zájem pokoušet se o ovládnutí Internetu pro své vlastní záměry. Stejně tak je zde ovšem přítomen ještě třetí proud a ten má podobu sociálních hnutí, zájmových sdružení a různých organizací. Tito aktéři se snaží používat Internet k vlastní mobilizaci v globálním měřítku používající k tomu horizontální a osobní spojení. Tyto aktivity však nejsou bez problémů. Podíváte-li se na dnešní Internet, zjistíte, že se stále více podobá vícekanálové televizi. Téměř kdokoli si může na Internetu najít něco, co jej zajímá. Výběr je ovšem více a více personalizovaný a rozdrobený. Nabízí možnost soustředit se pouze na věci, o něž se již zajímají, a hovořit pouze s těmi, o nichž již vědí, že s nimi budou souhlasit. Takže jedním z nebezpečí Internetu je to, že třístí politickou a sociální interakci. Diskuse a debata se odkazuje na specializované domény. A toto je podle mého názoru opět jeden z důvodů, proč je vysílání veřejné služby důležitější než kdykoliv dříve. Pluralitní demokracie vyžadují prostory, v jejichž rámci mohou lidé komunikovat napříč rozdíly a hranicemi, kde se lidé s odlišnými názory a odlišnými mocenskými cíli scházejí, dohadují a debatují na principu rovnosti. Potřebujeme tudíž otevřít nové druhy veřejných elektronických prostorů a také vytvářet nové, účinnější způsoby mobilizace skupin a organizací. V tomto směru vidím skutečnou budoucnost jako integraci vysílání veřejné služby a sektoru občanské společnosti na Internetu. Skutečnou výzvou podle mne bude zkusit nalézt způsob, jak dát tyto dva komunikační systémy dohromady, a vytvořit tak mnohem dynamičtější vztah mezi vysíláním veřejné služby a občanskou společností a umožnit zpětnou návaznost internetových aktivit na obecnou veřejnou diskusi a debatu.

To mě přivádí k myšlence digitální televize. Jak v britském, tak v českém případě bylo imperativem zpřístupnit ji především vysílatelům veřejné služby. Chápete to jako posun správným směrem?

Má-li dojít k integraci veřejného vysílání a populárních aspektů webu, musí zcela jasně dojít k digitalizaci systému, jinak nemají společné rozhraní. Takže ano, domnívám se, že v delším časovém horizontu budeme muset mít digitální systém, s jeho zprovozněním ovšem souvisí vážné problémy. Jedním z nejzávažnějších je přetrvávající digitální propast. Rozšíření digitálních technologií se v mnoha rozvinutých kapitalistických společnostech kryje s prohloubením propastných rozdílů v příjmech, především ve Spojených státech a ve Velké Británii. Stejný regulační přístup, který posunul komunikaci a informaci do centra ekonomických strategií a ponechal stále více rozhodnutí na trhu, také oslabil kolektivní bezpečnostní sítě, které sloužily sociálně slabým rodinám. Následné propastné rozdíly v příjmech se přímo odráží na schopnostech lidí využít nových digitálních komunikačních systémů. Podíváte-li se například na vlastnictví osobních domácích počítačů ve Velké Británii,

zjistíte, že rozdíly jsou opravdu propastné. Například víc než tři čtvrtiny domácnosti s vysokými příjmy vlastní osobní počítač, zatímco domácnosti z nekvalifikované dělnické třídy vlastní počítač v méně než pětině případů. Problém s přechodem na digitální vysílání spočívá v tom, jak zajistit, že i lidé s nižšími příjmy budou schopni participovat. Jednou z možností je poskytnout jim měnič k existujícím televizním přijímačům, subvencovat koupi nových televizních přijímačů nebo vytvořit nájemní systém podobný tomu, který existoval v Británii v počátcích televizního vysílání, bezprostředně po druhé světové válce, kdy si většina lidí televizní přijímač pronajímala za týdenní poplatek, protože si ho nemohli dovolit zakoupit. Jestli se neprosadí žádná z těchto alternativ, jeden ze základních principů vysílání veřejné služby – všeobecná dostupnost – nebude prosazen a digitální veřejná sféra nebude všem přístupna.

V současnosti vidíme náznaky, které nejsou povzbudivé. Nedávno se komerční televize ve Velké Británii snažila zavést placený digitální terestriální systém, který však zkrachoval a byl nahrazen velmi podivným konsorciem BBC a SkyTV vlastněné Murdochem, které nabízí množství neplacených digitálních kanálů. K jejich příjmu je ovšem nutné si zakoupit speciální dekodér, který stojí kolem sta liber, a to je ještě pravděpodobné, že dalších sto liber utratíte za vylepšení své antény. Mnoho rodin si nemůže dovolit vynaložit ani těch dvě stě liber. Jediným skutečným řešením jsou tak veřejné subvence. Myslím si, že nakonec možná bude muset vláda poskytnout lidem tyto dekodéry zdarma, což vlastně komunikační operátoři udělali, aby rozjeli celý proces. Lidé obdrželi dekodéry zdarma, záhy však zjistili, že si nemohou dovolit platit dané služby. Byly-li by tyto služby zdarma, mohli by lidé přinejmenším participovat na systému, pokud by si to přáli.

Je také zřejmé, že současné předpokládané náklady jsou velkou překážkou pro přechod na digitální vysílání. Podstatná část populace, je-li dotázána ve výzkumech veřejného mínění, opakovaně tvrdí, že nechce digitální televizi, těmto lidem se říká „odmítači“ a v současnosti tvoří čtyřicet procent obyvatel Spojeného království. Lidé jsou v podstatě spokojeni s kanály, které už mají k dispozici. Jedním z možných důvodů je, že spousta nových kanálů je ve skutečnosti zaměřena na nesprávnou demografickou skupinu. Značná část televizních programů je vytvářena pro lidi mezi šestnácti a třiceti lety, neboť jde o nejatraktivnější skupinu pro zadavatele reklamy. Podíváme-li se ovšem na demografické trendy v Evropě, zjistíme, že populace stárne a skupina teenagerů se zmenšuje, přitom realita je taková, že když se většina starších lidí podívá na nové televizní kanály, neuvidí nic, co by je obzvláště zaujalo. Proč by se tedy měli zapojovat do systému, který jim nic nenabízí? Nechtějí MTV, nechtějí sportovní kanály. Musíme se tedy také znovu zamyslet nad tím, pro koho jsou digitální služby určeny. Musíme se opět podívat na měnící se demografický profil populace a zajistit, aby starší lidé byli zaopatřeni, to znamená vytvořit takové stanice, jejichž obsah bude odpovídat jejich představám. Existenci univerzálního systému digitální komunikace brání jak kulturní, tak ekonomické překážky. A dokud se těmto problémům nepostavíme, nedostaneme se o moc dál.

Nové informační a komunikační technologie jsou ohlašovány jako brána k lepším účastnickým demokraciím. Množství politiků přivítalo možnost provádět veřejné diskuse za pomoci nových informačních a komunikačních technologií. Podle toho, co jste říkal vidíte pro Internet, pro nové komunikační technologie, roli, kterou mohou sehrát ve vytváření veřejného prostoru pro diskusi. Mělo by být vytváření veřejného prostoru tou primární rolí Internetu?

Podle mne ano. Velká část diskuse o elektronickém vládnutí (e-government) je reakcí na krizi vztahu mezi politiky a jejich voliči. Jsme svědky značného snížení počtu lidí, kteří se vůbec obtěžují jít volit, spojeného s poklesem zájmu o formální politický život. Mobilizace webu je tak pro mnohé politiky způsobem, jak navázat kontakt s lidmi, s nimiž jej ztratili. Nemyslím si ovšem, že to bude fungovat. Ve skutečnosti se tímto vůbec nemusí změnit vztah mezi politiky a voliči, neboť jde o velmi zúženou koncepci formulovanou jako způsob, jak efektivně

distribuovat informace, které voliči potřebují, umožňující jim například zažádání o sociální dávky. Je to způsob, jak učinit formální stát a politický aparát přístupnějšími, ale nemění se tím mocenské vztahy. Nemění se vnímavost politiky vůči tlaku veřejnosti. Objevují se zajímavé výsledky výzkumů podle nichž lidé, kteří používají tyto nové elektronické formy interakce s vládou a s volenými zástupci, jsou ve skutečnosti totožní s těmi, kdo se účastní politického života tak jako tak. Málo nasvědčuje tomu, že by se tímto způsobem zapojovali do politiky také ti, kteří byli zklamáni a zbaveni práva volit. Nejsem tedy přílišným optimistou, nicméně lidé, kteří se normálně neangažují ve formální politice, jsou často nakloněni kampaním, o nichž si myslí, že by mohly něco změnit v oblastech, které jsou přímo spojené s jejich každodenními životy, jako například životní prostředí nebo geneticky modifikované potraviny. Jsme svědky spousty aktivity, spousty zájmu a ochoty angažovat se. Domnívám se, že mobilizace této energie je právě tím, v čem může být Internet nejefektivnější. Právě proto si myslím, že musíme najít způsoby, jak vytvořit veřejné prostory, ve kterých budou politici konfrontováni s těmito hlasy a kde budou povinni jim naslouchat, diskutovat s nimi. Nemyslím si, že se to bude odehrávat jenom na Internetu, nýbrž i v rámci oživlého systému veřejného vysílání, v případě kterého je umožnění těchto propojení jedním ze základních cílů.

Překlad: Klára Kuběnová a Monika Metyková