

## Média nemohou být deregulována

rozhovor Robertem McChesneym

ptala se Monika Metyková

**Robert W. McChesney je profesorem komunikačních studií na Institute of Communication Research a School of Information and Library Science (University of Illinois). Zabývá se historií a politickou ekonomikou médií a rolí hromadných sdělovacích prostředků v demokratických společnostech. McChesney je autorem řady odborných statí a knih, mezi nimi: Telecommunications, Mass Media, and Democracy (Telekomunikace, masová média a demokracie) a Ruthless Criticism (Nemilosrdná kritika, spolu s Williamem Solomonem) z roku 1993, The Global Media: The New Missionaries of Global Capitalism (Globální média: Noví misionáři globálního kapitalismu) z roku 1996, Corporate Media and the Threat to Democracy (Korporativní média a hrozba demokracii) z roku 1997, Rich Media, Poor Democracy (Bohatá média, chudá demokracie) a It's the Media, Stupid (To jsou média, hlupáku) obojí z roku 2000, Our Media, Not Theirs (Naše média, ne jejich, spolu s Johnem Nicholsem) z roku 2002.**

**Zabýváte se tématem regulace a jste kritický vůči bezvýhradné víře ve schopnost volného trhu poskytnout divákům a posluchačům to, co chtějí. Mohl byste vysvětlit proč?**

Ještě předtím, než se dostanu k omezenosti trhu jako mechanismu nevhodného k regulaci médií, je třeba říci, že média ve Spojených státech i kdekoli jinde ve světě nejsou přirozenou součástí trhu, nejsou odvětvím, které by k trhu organicky patřilo. Mediální systémy jsou bezprostředním důsledkem explicitní státní politiky. To je nevyhnutelné, to není otázkou volby. Státní, vládní politika vždy utváří podmínky mediálních systémů. Například největší mediální společnosti ve Spojených státech jsou založené na vládou vytvořených monopolních privilegích, jakými jsou rozhlasové a televizní frekvence a frekvence systémů kabelových televizí. Podobně i autorské právo je něčím, co vytvořila vláda.

Otázkou tak ve skutečnosti není, zda vládní regulace bude, ale spíše v čím zájmu bude prováděna, nakolik demokraticky o ní bude rozhodováno, jaké hodnoty bude upřednostňovat. A to je důvod, proč diskuse o regulaci či deregulaci opravdu nejsou právě namístě. V každém případě se jedná o rozsáhlou regulaci. I takzvaný deregulovaný vysílací systém Spojených států je stále regulovaný. Pokud se pokusím rozjet rádio, což je oblast považovaná za deregulované odvětví, a budu vysílat na stejné frekvenci jako komerční stanice, půjdu na dvacet let do vězení. To je tvrdá regulace. To není deregulované odvětví.

Skutečným tématem tak je, zda budete regulovat ve veřejném zájmu, či zda chcete mít regulaci, která bude sloužit čistě soukromým zájmům. Pokud to budeme chápat takto, pak se nám obraz celého volného trhu značně promění, protože vše je otázkou vládní politiky. I když chcete trh otevřenější soutěži, jasně potřebujete agresivní vládní regulaci.

**Výrazně jste kritizoval Telekomunikační zákon z roku 1996 za to, že umožňuje posílení komerčních zájmů, a to například skrze uvolnění pravidel týkajících se vlastnictví.<sup>1</sup> Nicméně v interview, jež jste poskytl po schválení tohoto zákona,<sup>2</sup> jste vyjádřil optimistické přesvědčení, že bude schválen nový telekomunikační**

---

<sup>1</sup> Podrobněji viz McChesney, R.: Corporate Media and the Threat to Democracy. Seven Stories Press, New York 1997.

<sup>2</sup> Interview z června 1997, ptal se David Peterson, viz <http://zena.secureforum.com/Znet/zmag/articles/petersonoct97.htm> (pozn. M.M.).

**zákon, který by měl regulovat v zájmu občanů. Nakolik jste tedy optimistický ohledně americké regulační soustavy a občanských zájmů?**

Jsem velmi optimistický, jde prostě o vládní politiku a tu lze evidentně změnit, ta není ustavená jednou provždy. A myslím si, že v současnosti prožíváme ve Spojených státech období, kdy je s těmito tématy spojena zvýšená míra znepokojení, zájmu a aktivismu. Řekl bych tedy, že tuto politiku můžeme změnit a že zájem o její změnu a o větší veřejnou účast se zvyšuje. Jak jsem už řekl, a já osobně jsem v tomto ohledu vcelku aktivní, vím, že díky intenzitě lobby, její ekonomické a politické síle, půjde o mimořádně složitý boj. Jenže, víte, my nemáme jinou možnost. Je těžké snažit se o otevřenou demokratickou společnost, když máme mediální systém ovládaný soukromými zájmy.

**Principy veřejné služby se v evropské a americké mediální regulaci podstatně liší. Mohl byste osvětlit situaci média veřejné služby ve Spojených státech?**

Ve Spojených státech jsme takové vysílání veřejné služby, jaké měly evropské země, nikdy neměli. Ve většině světových zemí získalo vysílání veřejné služby podobu neziskové, nekomerční služby celé populaci, nabízející úplnou škálu programů s přímým ohledem na publikum, bez zprostředkování komerčními zájmy či komerčními hodnotami. Ve Spojených státech pak historicky, narozdíl od situace ve většině ostatních zemí, nad rozhlasovými vlnami získaly vládu komerční zájmy předtím, než se mohl ustavit veřejný systém. A komerční zájmy byly vůči ideji veřejného vysílání naladěny agresivně a při každé příležitosti se proti ní stavěly.

Jen desetiletí poté, co bylo ve Spojených státech zahájeno komerční vysílání, bylo pevně ustaveno i vysílání veřejné. Bylo ovšem založeno na pojetí velmi odlišném od pojetí britského a pojetí většiny evropských zemí. Nemělo být nekomerční, neziskovou službou celé populaci s úplnou škálou programů, mělo spíše zajišťovat takové vysílání, které nepřinášelo soukromému zájmu žádné výdělky. Bylo pojato jako marginální služba.

Vysílání veřejné služby bylo ve Spojených státech ve výjimečně obtížné, ne-li beznadějně situaci. Nemohlo nabídnout pořady, které by byly populární, protože mocná lobby komerčních stanic by okamžitě zamerčila do Kongresu a kritizovala by jej za to, že soutěží se soukromým zájmem. Což se ostatně i stávalo. Nedokázalo si získat publikum, a tak se pokoušelo získat finanční podporu od Kongresu. Kongres samozřejmě namítal, že není důvod veřejnému vysílání dávat peníze, když jej stejně nikdo neposlouchá. Veřejné vysílání se tedy pokusilo ukázat, že jej lidé poslouchají a sledují. Komerční stanice se ptaly, proč by vláda měla subvencovat jejich konkurenci, když ony samy poskytují tyto programy bez jakékoli vládní podpory. Veřejné vysílání tak bylo stále více závislé na malých vládních subvencích a zároveň vybíralo prostředky přímo od svých diváků a posluchačů, čímž bylo samozřejmě nuceno zaměřovat se na publikum z vyšší střední třídy. Orientovalo se tak na programy komerčně nepřijatelné, s důrazem na přírodovědná témata, vzdělávání, "vysokou" kulturu, a to jen s malým přesahem směrem ke znevýhodněným skupinám obyvatelstva.

Když se americké veřejné vysílání na konci šedesátých let rozvinulo, záměrem bylo jednak přijmout jeho menšinovou povahu a zároveň pak zajistit, aby úlohou veřejného vysílání bylo sloužit znevýhodněným komunitám, chudým, minoritám a imigrantům a pokrývat témata a produkovat kontroverzní programy ve veřejném zájmu, kterým by se komerční stanice vyhýbaly. To se ovšem ukázalo jako politicky neprůchodné. Objevila se řada ostrých politických ataků, bylo to naprosto ostudné.

**Která klíčová témata podle vás musí regulace pokrývat, aby byla v souladu s občanským zájmem?**

Musí být umožněna veřejná participace. Pokud chápete, že mediální obsah je odvislý od struktury systému, čímž myslím, že nezávisí na dobrých či špatných lidech, pak chápete, že struktura systému je z velké části určována politikou. Jsou to právě politická rozhodnutí, která činíme, jež strukturují mediální systém. Klíčovou otázkou tak je, které jsou ony zásadní

diskuze, které mohou vést k politickým rozhodnutím. Zde je skutečné jádro problému. A problém ve Spojených státech je ten, že veřejnost do těchto debat není zapojena tak, jako jsou do nich zapojeni zástupci velmi mocné komerční lobby. Ti vycházejí z předpokladu, že jde o přirozený mediální systém, který lidé musejí akceptovat, a činí pak rozhodnutí, vyhovující jejich vlastní zájmům, nebo mezi sebou bojují o to, kdo dostane největší krajíc. Výchozím bodem na cestě k demokratičtějšímu mediálnímu systému je větší míra veřejné účasti. Začít tímto je opravdu zásadní. Výchozím bodem je proto argument, že čím výraznější bude veřejná účast, tím spíše budou činěna politická rozhodnutí ve veřejném zájmu. Zdravá mediální kultura by měla být založena na rozptýleném vlastnictví médií, měla by v ní být řada dobře zavedených nekomerčních mediálních organizací, s čímž je, myslím si, spojena celá řada dalších témat a oblastí. Pravidla vlastnictví médií jsou, myslím si, rozhodující a důležitá je i politika nekomerčního, neziskového vysílání, ochrana mediálních pracovníků, téma duševního vlastnictví a celá řada dalších oblastí vládní politiky.

### **V současnosti probíhá o vlastnictví médií ve Spojených státech diskuze. Mohl byste vysvětlit, o čem se jedná?**

To je poměrně komplexní, nemyslím si, že bych to mohl dostatečně zvládnout v tak krátkém rozhovoru. Ale v kostce – ve Spojených státech tradičně existovala skupina pravidel týkajících se vlastnictví médií. Vláda řekla: Pokud ti dáme monopolní licenci na rozhlasovou stanici nebo televizní stanici, stanovíme podmínky, v nichž bude uvedeno, která další média můžeš vlastnit. Nechceme, aby lidé získali výhodu vládní monopolní licence a následně skupili ostatní média. Víme, že s udělením vládní licence dáváme velké privilegium.

A tak existovalo množství základních pravidel, limitujících, jaký počet rozhlasových stanic, televizních stanic, stanic kabelové televize a tištěných médií může být vlastněno. Byla zde tedy skupina klíčových pravidel vlastnictví, pokoušející se udržet diverzitu mediálního vlastnictví. Cynici možná namítnou, že vzhledem k enormní koncentraci byla tato pravidla neefektivní, na čemž je podle mě dost pravdy. Víme ale také, že trochu účinná byla. Zbavit se jich by mohlo znamenat nesmírné nebezpečí zvýšení vlastnické koncentrace.

Kongres v roce 1996 schválil Telekomunikační zákon, který Federální komunikační komisi zavazuje každé dva roky přezkoumat tato základní pravidla a rozhodnout, zda jsou nadále oprávněná, nebo zda je třeba je uvolnit či zrušit.<sup>3</sup> V tomto procesu co dva roky se opakujících se revizí se tedy nacházíme. A jde zde i o zrušení některých klíčových pravidel.<sup>4</sup>

### **Měly události z 11. září 2001 nějaký efekt na mediální regulaci? Posunuly mediální regulaci do popředí?**

Nemyslím, že by měly nějaký vliv na mediální regulaci. Pokud měly někde výrazný efekt, pak při ospravedlňování oslabování občanských svobod ze strany korporací a vlády, což je úzce provázáno se skutečností, že schválením *Patriot Act*<sup>5</sup> a dalších kroků byla ochrana občanských práv opravdu zkompromitována a podryta závažným, historicky bezprecedentním způsobem, což považuji za zlom.

---

<sup>3</sup> Podrobněji viz <http://www.fcc.gov> (pozn. M.M.).

<sup>4</sup> Jedná se o následující: *national broadcast ownership cap* (limitující možnosti jakéhokoli subjektu mít vlastnické zájmy ve vysílacích licencích, pokrývajících více než 35% země), *dual network rule* (zabraňující největším vysílacím sítím uplatňovat na sebe navzájem vlastnické zájmy), *newspaper broadcast cross-ownership* (zabraňující subjektům vlastnit vysílací stanici a novinový deník na území stejného trhu), *“duopoly” rule* (omezující počet vysílacích stanic, které subjekt může vlastnit na daném trhu), *local radio competition limits* (určující počet rozhlasových stanic, které subjekt smí vlastnit v lokální oblasti). (Pozn. M.M.)

<sup>5</sup> 26. října 2001 prezident Bush podepsal zákon *U.S.A. Patriot Act (USAPA)*. Tento zákon dal nové kompetence domácímu trestnímu právu a mezinárodním výzvědným službám, přičemž zrušil kontrolní a vyvažující pravomoci přiznané soudům a umožňující jim zajistit, aby tyto kompetence nebyly zneužity. (Pozn. M.M.)

**Chtěla bych se vás zeptat na globální dopad americké mediální regulace. Americká mediální regulace obvykle slouží jako příklad regulace pro ostatní země ve světě.**

Její efekty jsou ohromné, a to ve dvou či třech směrech. Spojené státy v první řadě umožňují společnostem jako je Rupert Murdoch nebo Viacom stávat se ve Spojených státech většími a většími, což znamená, že když tyto společnosti přicházejí do České republiky nebo Francie, do Japonska nebo Indie, přicházejí sem jako ohromné subjekty, které mají tudíž mnohem větší ekonomickou moc.

Zároveň stojí za to poznamenat, že americká vláda je ve světě čelným zastáncem velkých mediálních společností, že je to primárně vláda, která se angažuje na mezinárodní scéně, v *OSN*, v *Intellectual Property Organization*, v *UNESCO*, kde vždy pomáhá největším mediálním společnostem stát se ještě většími a mocnějšími, kde pomáhá komerčnímu zájmu být ještě komerčnějším, mocnějším, umožňuje inzerci hrát zásadnější roli. To je pro vládu Spojených států závazné, ústřední pro její pozici, a ta tak úzce spolupracuje s největšími firmami. To je pro země ve světě rozhodující, protože pokud nový světový řád americké vlády funguje nejlépe v případě, že je řízen velkými korporacemi, pak bude produkovat takový druh médií, o nichž si Spojené státy myslí, že je pro lidi nejlepší. A takový mediální systém je agresivně protlačován všude ve světě. Pro ty, kdo nesouhlasí s touto interpretací toho, co je dobrá společnost nebo demokracie, to znamená, že pro ně bitva o prosazení mediální politiky rozvíjející odlišnou vizi médií bude absolutní nutností.

**Vaše akademická kariéra je, jak jste již naznačil, spojená s aktivní angažovaností, snad i aktivismem, řekla bych. Do jaké míry je tato angažovanost úmyslná?**

Rozhodně nejde o náhodu. Být vědcem znamená závazek veřejnému životu. Neznamená to, že všichni intelektuálové a vědci musí být aktivisty. Myslím si ale, že v oblastech a kontextech, v nichž se zabýváme ústředními tématy naší společnosti, a sem patří i mediální systém, je pro vědce nesmírně báječnou povinností se těchto diskuzí účastnit.

**Zabýváte se i praktickou žurnalistikou, moderujete týdenní rozhlasový pořad. Co vás k tomu přivedlo a o jaký typ programu jde?**

S rozhlasovým pořadem jsem začal v polovině devadesátých let, šlo o program věnovaný veřejným záležitostem. Když jsem se přestěhoval do Illinois, kontaktoval jsem lokální veřejnou rozhlasovou stanici a začal svůj týdenní pořad. Je to program zaměřený na mediální tematiku s hosty a telefonáty posluchačů. Je to velmi zábavné a je to opět něco, co mohu dělat jako veřejnou službu, využívám toho, že pracuji jako univerzitní vědec, a zvu snad atraktivní hosty, kteří v éteru normálně nevystupují, kteří by k vystoupení v éteru normálně pozváni nebyli. Je to služba komunitě.

*Překlad Jakub Macek*