

Media watchdogs: dohlížet a nepřestat

I Vít Kouřil I

Od roku 2003 protestují miliony občanů USA proti dalšímu uvolnění vlastnických limitů v mediálním průmyslu. Za největší kampaní svého druhu v dějinách stála nejen frustrace části veřejnosti z koncentrace a komercializace médií, ale také dlouholetá činnost řady nestátních neziskových organizací (NNO, anglicky NGO), zjednodušeně tzv. media watchdogs neboli hlídacích psů médií. Kde se vzali a co vlastně dělají?

Současnou pestrou koalicí proti další liberalizaci mediálního průmyslu tvoří organizace s dlouholetou tradicí, nové iniciativy aktivované „deregulační“ vlnou po roce 1996, ale i větší sociálně-reformní hnutí, profesní a odborové svazy nebo sítě nezávislých médií a mediálních tvůrců. V tomto textu stručně představíme historii media watchdogs, jejich současnou různorodost a některé klíčové výzvy, kterým čelí v prostředí tržního „samopohybu“ mediální mašinérie Spojených států.

Topíme se v médiích – bohužel není dost vln pro všechny

Osudy meziválečného reformního hnutí prosazujícího „veřejný zájem“ ve vysílání přiblížila Revue jinde,¹ omezíme se v této souvislosti na poznámku, že snahy individuálních nebo organizovaných aktivistů změnit chod médií nalezneme hluboko v dějinách moderního tisku. V USA nabíraly mimo jiné podobu ostrých reakcí na mediální obsahy ze strany náboženských skupin, bojů o vlastní nezávislá periodika dělnických odborů nebo odstranění mediálních bariér pro etnické menšiny.²

Zklamání reformní i radikální větve sociálně-komunikačního hnutí z komerční podoby tisku a rádia pokračovalo i po druhé světové válce při „krájení“ televizního a FM rozhlasového spektra. Federální komunikační komise (FCC) vyhradila pro vzdělávací, kulturní a vůbec neziskové účely mizivou část frekvencí, navíc tyto univerzitní či filantropické stanice „veřejné služby“ trpěly chronickým nedostatkem financí. Zvýšenému zájmu o neblahý stav ze zákona „veřejně potřebného“ komerčního vysílání napomohl známý skandál v jedné quiz show na konci 50. let a sám ředitel FCC Newton Minow mluvil v roce 1961 o televizním prostoru jako o „nekonečné pustině“.

Silící proud lidskoprávních aktivistů začal mimo jiné zpochybňovat licence komerčních stanic s tím, že tato média neslouží celé veřejnosti, ale jenom její zvýhodněné části. Zanedlouho již měli zástupci menšin soudně zajištěnou účast na jednáních FCC. Po vlivné zprávě Carnegieho komise a tlaku několika NGO lobbistů přijal Kongres v roce 1967 *Zákon o veřejném vysílání*, který položil základy pro *Corporation for Public Broadcasting* (CPB), *Public Broadcasting System* (PBS) a *National Public Radio* (NPR). První jmenovaná přerozdělovala státní dotace vysílatelům veřejného, vzdělávacího a menšino-

vého programu, PBS a NPR fungovaly jako federální síť lokálních stanic veřejné služby, využívající kromě dotací od CPB příjmů od lokálních samospráv, federálních států nebo firemních, nadačních a individuálních donátorů (podrobněji Engelman 1996). Část neziskových organizací však záhy začala kritizovat kompromisní podobu a nerovný přístup do programu těchto stanic, oslovujících na rozdíl od evropských vzorů jenom zlomek publika.

Zatímco v roce 1961 působilo podle studie Miliona Muellera v komunikačně-informační oblasti třináct zájmových organizací, mezi lety 1964–1979 jejich počet vzrostl z osmnácti na sedmdesát sedm. Mezi tehdy založené tzv. liberální, tedy v evropském pojetí levicové organizace patří dodnes vlivný *Media Access Project*, *Action for Children's Television*, *National Citizen Committee for Broadcasting* nebo *Black Citizens for a Fair Media*. Protiváhu jim od poloviny 70. let vytvářely konzervativní skupiny jako *Accuracy in Media*, *Fairness in Media*, *Eagle Forum* nebo *The American Family Association*, které se zaměřovaly na příliš liberální, „nemorální“ či „protikřesťanský“ obsah médií.

Sedmdesátá léta přinesla počátek alternativního (samozřejmě i mainstreamového) kabelového vysílání, v němž reformátoři realizovali své představy o spravedlivém, demokratickém a kriticky pojatém televizním programu. Guerillové a veřejnosti přístupné³ stanice garantované zákonem zaplnily pořady natáčené na malé videokamery a v improvizovaných podmínkách. Počet těchto komunitních a tzv. *Public Access TV* stanic sponzorovaných z fondů kabelových operátorů se pohybuje kolem tisíce, počet jednotlivých kanálů je ale několikanásobný. Zřizovatelé neměli do chodu těchto občanských „improvizovaných pódíí“ příliš zasahovat, s výjimkou případů špatné technické kvality nebo obscénnosti pořadů. Sféru komunitních stanic s přístupem veřejnosti, vlády a vzdělávacích institucí zastřešuje síť *Alliance for Community Media*.

Poslední desetiletí opanovaly diskurz mediální politiky tzv. nové informační a telekomunikační technologie, díky kterým posílily konglomeráty kontrolující jak přenos, tak obsahovou podobu informací. Vysílací oligopol velké trojice televizních sítí NBC, CBS a ABC postupně ztrácel výlučnou pozici⁴ a na trh začaly pronikat nové firmy jako Viacom, Sony, General Electric



foto Magda Kucharičová

nebo News Corporation. Telekomunikační zákon z roku 1996 navíc zrušil řadu regulací a nastartoval integrační procesy mezi telekomunikačním, mediálním, zábavním a počítačovým průmyslem. Dlouholetý kronikář mediální koncentrace v USA Ben Bagdikian tak v poslední knize *The New Media Monopoly* z roku 2004 hovoří o pěti firmách kontrolujících podstatnou část všech typů médií. Ještě na začátku 80. let jich uváděl padesát. Hlídací psi médií sice štěkali, ale kousat nedokázali.

Čidla mediálního smogu, čističky mediální špíny

Kořeny dnešního mediálního aktivismu tedy leží jak v meziválečném reformním hnutí, tak v politických aktivistech prosazujících participativní demokracii a sociální změny v 60. a 70. letech. Revitalizované mediální „nátlakovky“ můžeme rozlišit podle statutu, organizační struktury, politické orientace, cílů, členství, způsobu práce nebo tematického zaměření. Zjednodušeně uvedme několik „ideálních“ typů organizací, intenzivně zasahujících do mediálního pole:

1) vědecké instituce analyzující chování médií (např. *Center for Media & Public Affairs* Roberta a Lindy Lichterových)

2) hybridní *media watchdogs* mnohdy založené akademiky-aktivisty; propojují analýzy médií s konkrétními aktivistickými kampaněmi (*Accuracy in Media*, *FAIR*, *Institute for Public Accuracy*, *Media Research Center* či *Media Matters for America*)

3) *grassroots NGO*, zpravidla zaměřené na specifické téma (př. *Alliance for a Media Literate America*), místo (*Iowans for Better Local TV*), druh média (*Americans for Radio Diversity*) nebo činnost (*Citizens' Campaign for Commercial-Free Schools*)

4) *media advocacy groups* v užším smyslu, zájmové skupiny prosazující do médií a politiky jistou agendu – např. týkající se veřejného zdraví, alkoholismu, drog, násilí atp., např. úspěšná protikuřácká kampaň *Americans for Non-Smoker's Rights*

5) *public interest groups* čili obhájci veřejného zájmu, např. poradenské a konzultační organizace jako *Center for Media and Democracy* nebo *Media Access Project*

6) zprostředkovatelé mezi *grassroots NGO*, výzkumy médií, obhájci veřejného zájmu, dobrovolníky a mediálními pracovníky (*Center for International Media Action*, *Action Coalition for Media Educators* nebo *Cultural Environment Movement*)

7) koalice a sítě propojující mediální NGO jako *Association for Progressive Communications*.

V houstnoucí spleti různých „center“, „asociací“ či „institutů“ je těžké určit jasnou hranici mezi media watchdogs a dalšími organizacemi, které „mluví“ do mediální politiky nebo se různými způsoby snaží média ovlivňovat – příkladem budiž různé profesní komory, odbory, think tanky, nadace nebo sociálně-politická hnutí jako *MoveOn* nebo *Common Cause*. Každopádně velká část media watchdogs vytváří v současnosti s těmito partnery tzv. *media reform movement*, které podle některých pozorovatelů zapojilo do politiky nejvíce občanů USA od 60. let.⁵ Mueller (2004: 6) v podstatě rozlišuje organizace na aktivistické (*social movement activity*) a obhájce (*advocacy groups*) lobující zejména mezi politickou elitou.

Informačně objektivní studie Muellera a spol. (viz recenze v tomto čísle *Revue*) dále rozlišuje tři základní metatémata zájmových skupin: obsah médií, ekonomika mediálního průmyslu a ochrana komunikačních práv. Z hlediska politické orientace pak v USA rozeznává liberální, konzervativní, socialistické a neideologické zájmové skupiny. Nejpočetnější tábor tvoří liberální NGO (nárůst ze 33 % v 60. letech na současných 68 %), následují konzervativní (pokles z 18 na 14 %), neideologické (z 25 na 13 %) a socialistické (z 13 na 4 %). Na druhou stranu vykazují konzervativní skupiny v průměru více než dvojnásobně vyšší rozpočet, více zaměstnanců i členů. Očekávatelně se pak tematický záběr skupin přesunul z vysílání a kabelové televize na internet a informační technologie.

Projevy hnutí za změnu mediální mapy USA spočívají především v ad hoc i dlouhodobých kampaních, do kterých se formou telefonátů, peticí, dopisů a e-mailů zapojují milióny lidí. Vadí vám pokračující koncentrace médií? Myslíte, že moderátoři diskusí zvyšují jednu politickou stranu? Chcete, aby ve vašem místě vysílalo malé rádio a Kongres přijal Local Community Radio Act? Nelíbí se vám kroky vedení CPB? Měl by Kongres vyšetřit a FCC postihnout skryté uplácení (payola) publicistů a hudebních redaktorů? Nesouhlasíte s tím, aby největší korporace ovládly připojení k internetu? Naopak podporujete, aby měly samosprávu právo poskytovat vysokorychlostní připojení k internetu? A neměli by vysílatelé platit větší poplatky za využívání digitálního spektra? Nechcete snad, aby byly vaše děti neustále bombardovány reklamou? Měla by konzervativní Fox TV Ruperta Murdocha upustit od používání sloganu „Fair and balanced news“? Podporujete ideu Charty komunikačních práv pro vytvoření spravedlivé informační společnosti?... Pište a volejte, bez vás změny nedosáhneme.

Škála témat v zorném poli hlídacích psů médií je čím dál rozmanitější. Například zmiňovaná *Free Press* mediologa Roberta McChesneyho jich dnes rozlišuje v osmi sekcích (vlastnictví médií, komercialismus, internet, TV a kabel, rádio, žurnalistika, nekomerční média, duševní vlastnictví) na čtyřicet. Najdeme v nich jak tradiční obavy z koncentrace vlastnictví, omezování svobody slova či nedostatku vzdělávacích pořadů, tak i dříve nezdůrazňované oblasti jako univerzální přístup k internetu, digitální sdílení souborů a ochrana autorských práv, webcasting, diverzita v redakcích nebo pracovní práva novinářů a umělců. Jako červená niť se pak všemi oblastmi vine téma

konsolidace médií, kterou *Free Press* a řada jiných progresivně-reformních organizací chápe jako negativní důsledek liberalizačních tendencí posledních desetiletí.

Zajímavě se doplňujícími NGO protipóly je na jedné straně *Project Censored* na Sonoma State University, který pod vedením Petera Phillipse a za účasti desítek akademických i neakademických aktivistů každoročně vydává seznam nejhluběji pohřbených zpráv i naopak nejsilněji medializovaných pseudo-událostí. Jiným způsobem pracují média-sabotážisté *Adbusters Media Foundation*, dnes už celosvětová síť umělců a recesistů, produkujících v duchu *kreativní rezistence* kontra-mediální sdělení⁶ a organizujících každoroční Týden bez televize či Den bez nákupu.

Základní cíl široce pojatého mediálního aktivismu spočívá v tom, aby média „reprezentovala, sloužila a vyjadřovala zájmy všech občanů“. (Stein 1999: 5) Jakkoliv jsou strategie a pohledy čím dál častěji mezinárodně organizovaných mediálních aktivistů různé, základní étos – demokratizovat mediální struktury a praxe – zůstává společný. Reforma mediálních systémů je z jejich pohledu nutným předpokladem sociálních, politických a kulturních proměn, média totiž fungují jako klíčový nástroj sociální komunikace a přenosu sociálního vědění. Ne náhodou je tedy vzvednutý zájem o média do velké míry sycen politickým konfliktem mezi administrativou G. W. Bushe a „Jinou Amerikou“.

Andělníci veřejného zájmu

Šéf FCC Michael Powell ironicky poznamenal, že celou noc před uvolněním vlastnických limitů marně čekal na „anděla veřejného zájmu“. Prý nepřiletěl. (Wible 2004: 59) Reformní koalici se však toto rozhodnutí FCC – které zvyšovalo hranici celostátního tržního podílu jedné televizní společnosti ze 35 na 45 %, změkčovalo podmínky pro vlastnění více lokálních TV stanic jednou firmou a zrušilo zákaz zároveň vlastnit noviny a televizní stanice na většině území – podařilo soudně zastavit. A to přesto, že v době soudního procesu ve Filadelfii vypukl skandál s odhaleným řádem Janet Jackson v živém přenosu Super Bowlu a republikánské vedení FCC pohotově odvracelo pozornost veřejnosti na v(d)ěčné téma zvýšení pokut za odvysílání pohoršujícího obsahu.

Poměrně nesourodí reformační aktivisté ale do budoucna čelí několika podstatným problémům a výzvám.⁷ Vzhledem k jejich omezenému politickému „mandátu“ a finančním kapacitám mají na mediální politiku stále relativně slabý vliv a jejich strategie je navzdory emancipační rétorice v podstatě defenzivní. Navíc před nimi stojí řada klíčových dilemat: Zdali neúnavně protestovat proti dominantním médiím a jejich „monokultuře“, nebo spíše zakládat a rozvíjet média jiná, od lokálních po internetová. Jestli kritizovat stávající „korporacím zaprodaná“ média veřejné služby, nebo se je snažit zachovat před latentně hrozícím odstřížením od kongresových dotací. A zda směřovat energii vůči státním administrativám, nebo spíše vůči vlastníkům médií.

Reformní hnutí je také limitováno spory plynoucími z odlišných východisek liberálních, konzervativních, socialistických, náboženských či ekologických. Navíc i v rámci reformního

proudu stále doutnají averze mezi akademiky-aktivisty vycházející z politické ekonomie médií, kulturních studií, výzkumů účinků, právní vědy nebo ekonomie. (viz Bodroghkozy 2005 a Jenkins 2005) Jak dlouho tato pragmatická strategie vydrží?

Wible (2004) soudí, že soupeřem či partnerem media watchdogs je v čím dál menší míře státní administrativa a naopak v čím dál větší ekonomická logika vysilacího průmyslu. Aktivistům by podle něj prospělo, kdyby pochopili Foucaultův koncept „vládnutí na dálku“ a přechod legislativní praxe od vnucování (něčeho) lidem k uspořádání (nějakých) věcí. Autor na příkladu hispánské menšiny uvádí, že strategie založené na vnímání minorit jako hodnotné skupiny konzumentů nevedou ke kýženému většímu zastoupení menšin v médiích. Obháje minoritních práv se však v éře deregulace nutně dostávají do pasti tržní logiky a nezbyvá jim než rezignovat na právní a politické argumenty a používat ekonomické či morální apely.

Dalším chronickým problémem mediálních NGO je obtížné financování a závislost na politických vlnách. Zmiňovaný Mueller uvádí, že z celkově 223 organizací obhajujících veřejný zájem v médiích za posledních čtyřicet let jich v roce 2003 existovaly pouze dvě pětiny. Což je o dobrých třicet procent vyšší úmrtnost, než vykazují rivalitní obchodně-profesní sdružení mediálního a telekomunikačního průmyslu.

Reformní hnutí a media watchdogs však i nadále těží z tradice občanské angažovanosti, schopnosti občanů získávat alternativní zdroje informací a z nových digitálních strategií. Je otázkou, jak upozorňuje Henry Jenkins, zda tyto skutečnosti bezděčně nepotvrzují teze kulturních studií o aktivním

diváctví a nezpochybňují tvrzení politických ekonomů – vesměs stojících v čele reformního hnutí – o všemocné monokultuře hyperkomerčních konglomerátů. Ať tak či tak, na jednom se velká část akademiků a aktivistů nyní shodne: rock the media system!

Média jsou tématem

Rozmach mediálních „alarmistů“ de facto nepřímou dokládá sílící roli médií ve společnosti. Jak tedy zkrotit a osedlat bujnou mediální kobylu? Mnohohlasou odpovědí mediálních NGO je: poskytovat médiím, mediálním radám a politikům okamžitou a pravidelnou zpětnou vazbu, provozovat tréninková centra pro žurnalisty, vyučovat lekce mediální výchovy, rozvíjet komunitní a alternativní média, předávat digitální dovednosti, zapojovat občany-laiky do mediální politiky a hlavně „po americku“ věřit v demokratický happy end.

Nemusíme snad dodávat, že nemilosrdného, ale spravedlivého „watchdoga“ by naše média i politická reprezentace potřebovaly jako sůl. Kromě neaktivní pobočky *Media Observatory* a občanské iniciativy *Česká televize: věc veřejná zde* (zřejmě) žádná nezisková organizace zaměřená na média nepůsobila. Dosavadní politika se tak zatím omezuje na dopisní reakce občanů, internetové mudrování, uzavřené mediální konference a neprůhledné lobování v mediálních radách a politických stranách. Nezisková organizace důsledně, kriticky a efektivně sledující chování médií v ČR zkrátka chybí a její založení zůstává pro mediální student(k)y i občanský sektor stálou výzvou.

Poznámky:

- 1) Kouřil, Vít. 2003. „Historie jedné bitvy o éter“, *Revue pro média*, 06, s. 30–33.
- 2) O důsledcích komercializace amerického tisku v 19. století viz sborník Solomon, W. S. – McChesney, R. W. 1993. *Ruthless Criticism. New Perspectives in U.S. Communication History*. Minneapolis – London: University of Minnesota Press.
- 3) Neboli tzv. *Public Access Television*.
- 4) Jestliže byl na počátku 80. let za národní hit považován TV pořad s 30 % share, v letech devadesátých letka klesla na 15 % (Gitlin 2000: x) a jen málokterá show vydrží více než jednu sezónu.
- 5) Seznam stovek media watchdogs, advocacy a activists organizací viz www.freepress.net nebo www.corporations.org/media. Samozřejmě existuje řada jiných, do těchto seznamů nezahrnutých media NGO, kterým současná vládní neokonzervativní či neoliberalní agenda vyhovuje. Ty se soustřeďují spíše na tzv. „liberal bias“ neboli mediální zkreslování ve prospěch názorů bližších Demokratické straně. Patří mezi ně např. v textu uvedené *Media Research Center* nebo *Accuracy in Media*.
- 6) Tzv. subvertisments, což bychom mohli pracovní přeložit jako „anti-klamu“, „inverci“ či „podvratklamu“; konkrétní příklad: spot pojednávající o negativních důsledcích kapitalismu vůči životnímu prostředí.
- 7) Stav, limity a cíle reformně-mediálního hnutí v USA na konci 20. století podrobněji rozebíralo monotematické číslo časopisu *Peace Review* z roku č. 1/1999. V roce 2003 a 2005 pak proběhly dvě Národní konference za reformu médií, na kterých stovky organizací, zástupců médií, aktivistů, politiků či akademiků včetně Jerry Mander, George Lacoffa, Naomi Kleinové nebo Normana Solomona diskutovaly společné cíle a strategie.

Literatura:

- Bodroghkozy, Aniko. 2005 „Media Studies for the Hell of It?: Second Thoughts on McChesney and Fiske.“ *FLOW*, <http://jot.communication.utexas.edu/flow/?jot=view&id=790> (21. 11. 2005)
- Crabtree, Susan. 2004a. „Media watchdogs wary of hearings.“ *Daily Variety*, 10. 2. 2004, s. 43.
- Crabtree, Susan. 2004b. „Nets urged to keep it real in election year.“ *Daily Variety*, 20. 7. 2004, s. 4 a 18.
- Engelman, Ralph. 1996. *Public Radio and Television in America. A Political History*. London: Sage.
- Gerbner, George 1999. „The Stories We Tell.“ *Peace Review*, 11, 1, s. 9–15.
- Gitlin, Todd 2000. *Inside Prime Time*. Los Angeles: University of California Press.
- Holder, Harold D. 1997. „Media Advocacy in Community Prevention: News as a Means to Advance Policy Change.“ *Addiction*, 92, 6, s. 189–199.
- Jenkins, Henry. 2005 „Why Fiske Still Matters.“ *FLOW*, <http://jot.communication.utexas.edu/flow/?jot=view&id=801> (21. 11. 2005)
- Kranich, Nancy. 2004. „Media, Democracy, and Libraries: The Growth of Media Activism in the United States.“ *Felicitator*, 5, s. 200–203.
- Mueller, Milton et al. 2004. *Reinventing Media Activism: Public Interest Advocacy in the Making of U.S. Communication-Information Policy, 1960–2002*. Syracuse (NY): Syracuse University. <http://dee.syr.edu/ford/rma/reinventing.pdf> (21. 11. 2005)
- Stein, Lucy. 1999. „Media and Democratic Action: Introduction.“ *Peace Review*, 11, 1, s. 5–8.
- Wible, Scott. 2004. „Media Advocates, Latino Citizens and Niche Cable.“ *Cultural Studies*, 18, 1, s. 34–66.