



ROBERT W. MCCHESNEY

PROBLÉM MÉDIÍ

JAK UVAŽOVAT O DNEŠNÍCH MÉDIÍCH

„Práce Roberta McChesneye je mimořádně důležitá. Měla by být čtena pozorně a se zájmem, zejména lidmi, kterým jde o svobodu a základní práva.“

NOAM CHOMSKY

[GRIMMUS]

PROBLÉM MÉDIÍ

JAK UVAŽOVAT O DNEŠNÍCH MÉDÍCH

ROBERT W. MCCHESNEY

GRIMMUS] Média

ROBERT W. MCCHESENEY

PROBLÉM MÉDIÍ

JAK UVAŽOVAT O DNEŠNÍCH MÉDIÍCH

PŘELOŽILA BARBORA HOLUBOVÁ

[GRIMMUS]

Z původního anglického vydání:
The Political Economy of Media:
1. The Problem of Journalism,
5. How to Think About Journalism: Looking Backward, Going Forward
Robert W. McChesney
Monthly Review Press, New York 2008

KATALOGIZACE V KNIZE – NÁRODNÍ KNIHOVNA ČR

McChesney, Robert W.

Problém médií : jak uvažovat o dnešních médiích / Robert W. McChesney ; [překlad Barbora Holubová]. -- 1. české vyd. -- Všeň : Grimmus, 2009. -- 144 s.

Název originálu: Political economy of media

Přeloženo z angličtiny

ISBN 978-80-902831-2-1

316.774 * 32 * 33 * 070 * 165.423 * 321.7+342.34

- masmédia -- politické aspekty
- masmédia -- ekonomické aspekty
- žurnalistika
- objektivita
- demokracie
- monografie

070 - Noviny. Tisk [12]

Used by permission of Monthly Review Press © 2008

Translation copyright © by Grimmus 2009

Žádná část tohoto díla nesmí být reprodukována nebo kopírována v podobě mechanické či elektronické anebo šířena jakýmkoli jiným informačním systémem bez předchozího souhlasu držitelů autorských práv. (Děkujeme.)

Nakladatelství Grimmus, CZ-512 65 Všeň 138, grimmus@grimmus.cz,
<http://grimmus.cz>

Odpovědný redaktor: Roman Schmidt, Ph.D.

Překlad: Barbora Holubová

Návrh obálky a sazba: Grimmus

Tisk a vazba: Finidr, Český Těšín

První české vydání.

Printed in the Czech Republic.

ISBN 978-80-902831-2-1

Obsah

Problém žurnalistiky	7
Vznik profesionální žurnalistiky	9
Komerzializace žurnalistiky	25
Ale počkat, nestraní média liberalismu?	50
Jak přemýšlet o žurnalistice	65
Poznámky	117

Problém žurnalistiky

Demokratická teorie obecně předpokládá, že společnost potřebuje žurnalistiku, která je přísným hlídacím psem těch, kdo jsou a chtějí být u moci, která je schopna vypátrat, co je pravda a co lež, a která dokáže představit velkou šíři osvětlených názorů na důležitá témata dne. Toto vše nemusí dělat každé médium, ale mediální systém jako celek by měl občanům zajistit snadnou dostupnost této žurnalistické kvality. Jelikož mocní často chtějí informační tok ovládnout, je základním problémem svobodné společnosti, jak dokáže vytvořit mediální systém, který dá vzniknout čemusi, co se blíží demokratické žurnalistice.

V této kapitole se pokusím poskytnout politickoeconomický rámec pro vysvětlení, proč současná americká žurnalistika ve všech třech shora zmíněných bodech tolik selhává. Napřed se podívám na vzestup profesionální žurnalistiky před zhruba sto lety a na některé problémy pro demokracii spjaté se způsobem, kterým se profesionální žurnalistika ve Spojených státech vyvíjela. Pak vyhodnotím dvojitý útok na nezávislost profesionální žurnalistiky, ke kterému dochází v poslední generaci. Ve druhé části se

budu zabývat komerčním útokem na profesionální žurnalistiku a ve třetí části zhodnotím konzervativní kritiku „liberálních“ médií. Tvrdím, že tyto tři faktory dohromady vysvětlují žalostný stav americké žurnalistiky na počátku jedenadvacátého století. Z tohoto mého tvrzení vyplývá, že angažovanost v něčem, co vzdáleně připomíná bezelstnou demokracii, vyžaduje mnohem kvalitnější žurnalistiku a my můžeme takovou žurnalistiku realisticky očekávat, jen pokud se v koncepcích a strukturách médií odehrají rozsáhlé změny, které učiní vyhlídky na takovouto žurnalistiku opodstatněnými.

Pokusím se ukázat důležitost politickoekonomické analýzy v oboru žurnalistiky. Obecně se předpokládá, že politickoekonomická kritika americké žurnalistiky soustředí svůj pohled na to, jak velké mediální korporace, shlukování médií a inzerenti korumpují veřejnou službu žurnalistiky, podkopávají její profesionalitu a brání jí být seriózní a politicky nestrannou, ne-li objektivní. Někteří kritici politickoekonomického přístupu namítají, že tato kritika má omezený význam, jelikož má tendenci zacházet příliš daleko a zlehčovat význam profesionálních hodnot v žurnalistice. Jde o chybná obvinění. Jednak je koncept profesionální žurnalistiky relativně nedávný jev, jehož historie je důležitá. Nespadla z nebe a nepřistála jen tak v redakci *New York Times*. Za druhé právě politickoekonomická kritika nejlépe vysvětluje vznik a povahu profesionální žurnalistiky v té podobě, v které přešla ve Spojených státech do praxe. Politická ekonomie není *jedinou* analýzou, která vysvětluje profesionalismus, ale je pro jakoukoli analýzu nezbytně nutná.¹ Jádro věci je každopádně jasné: pochopení kořenů a povahy profesionální žurnalistiky je nezbytným východiskem pro jakoukoli kritiku současné žurnalistiky, politickoekonomické nebo jiné, která má mít nějaký smysl.

VZNIK PROFESIONÁLNÍ ŽURNALISTIKY

Představa, že by žurnalistika měla být politicky neutrální, nestranná, profesionální, dokonce „objektivní“, se objevila až ve dvacátém století. Během prvních dvou nebo tří generací existence Spojených států by byly takové představy pro tisk nesmyslné, ba nepředstavitelné. Účelem žurnalistiky bylo přesvědčovat, stejně jako informovat, a tisk měl sklon k velké politické angažovanosti. Klauzule o svobodě tisku v prvním dodatku ústavy byla považována za způsob ochrany odlišných politických stanovisek, neboť většina novin byla úzce spjata s politickými stranami. Bylo jasné, že pokud by vláda mohla stavět noviny mimo zákon nebo je omezovat, mohla by účinně zničit schopnost opozičních stran a hnutí mobilizovat všeobecnou podporu. To by demokracii zabilo. Málo Američanů ví, že vláda aktivně finančně přispívala na tisk novin do pozdního devatenáctého století a na distribuci přispívá dodnes. Politicky angažovaný novinářský systém má demokratické společnosti hodně co nabídnout, pokud existuje množství dobře subvencovaných médií, která zajišťují širokou škálu názorů.²

Během devatenáctého století se logika vydávání novin změnila z primární političnosti na primární komerčnost. Novinářský systém zůstal otevřeně politicky angažovaný, ale více a více se stával nástrojem velkých zisků tím, jak klesaly náklady, přibývala populace a čile narůstala reklama, která se ukázala jako klíčový zdroj příjmů. Během občanské války čelil prezident Lincoln od některých novin v severních státech kritice, vedle které by to, jak se nakládalo s Lyndonem Johnsonem během Vietnamu, Richardem Nixonem během Watergate a Billem Clintonem během jeho impeachmentu, těmto jmenovaným připadalo jako procházka růžovým sadem.³ Například větší město jako

St. Louis mělo po většinu druhé poloviny devatenáctého století nejméně deset deníků. Bylo zvykem, že každé noviny představovaly politiku majitele, a byl-li někdo se soudobou nabídkou nespokojený, nebylo nemožné založit si nové noviny. Podle dnešních měřítek šlo o dosti konkurenční trh.

Ale bylo jen otázkou času, kdy nastane konflikt mezi komerční ekonomikou tisku a jeho zřetelně angažovanou politikou. Problém začal narůstat během období „zlaté éry“ [konec 70. let a 80. léta 19. století]. Podle logiky akumulace se komerční novinový systém stával méně soutěživým a čím dál jasněji územím bohatých jedinců, jejichž politické názory byly většinou spojeny s jejich třídou. Komerzialismus také nahrával korupci a noviny se pro zvýšení zisku obracely k senzacechtivosti a otevřenému lhaní.⁴ Během tohoto období socialisté, feministky, abolicionisté, odboráři a otevření radikálové často považovali hlavní komerční noviny za hlas svých nepřátel a na podporu svých zájmů zakládali svá vlastní média. Představme si například Spojené státy na počátku 19. století. Členové a příznivci Socialistické strany Eugena V. Debse vydávali nějakých 325 anglických a cizojazyčných deníků, týdeníků a měsíčníků. Většina z nich byla soukromých nebo je vydávala nějaká z 5 000 místních organizací Socialistické strany. Celkově dosáhly více než dvou milionů předplatitelů.⁵ Jen *Appeal to Reason* (Apel na rozum), socialistické noviny z Kansasu, měly téměř milion čtenářů.⁶

Mezi obdobím „zlaté éry“ a érou progresivismu [90. léta 19. století až 20. léta 20. století] se v amerických médiích udála zásadní změna velkých rozměrů, nikoli nepodobná té, která se odehrála v širší politické ekonomii. Nejvlivnější novinářský průmysl začal být čím dál více soustředěn do několika řetězců a většina oblastí měla pouze jeden nebo dva deníky. Ekonomika novin podporovaných reklamou

vybudovala vstupní bariéry, které malým nezávislým novinám prakticky znemožnily uspět navzdory ústavní ochraně „svobody tisku“. I pro alternativní tisk byla ekonomika mediálního trhu zrádná a během první třetiny dvacátého století se silně zredukoval jeho náklad i vliv, daleko více než o kolik upadl zájem o „alternativní“ politiku. (Otázka, jak moc pád nezávislého tisku přispěl k ochabnutí veřejného zájmu o politiku, je v mediálních vědách neméně důležitá.)

Počátkem dvacátého století vedl tento vývoj ke krizi americké žurnalistiky. Jednou věcí bylo předpokládat, že systém komerčních médií je pro demokracii funkční, když v jednom místě existoval velký počet novin, když vstupní bariéry byly relativně nízké a když se přistěhovalecká a alternativní média hojně množila, jak tomu bylo po většinu devatenáctého století. V té době nebyl pro noviny problém se politicky angažovat, protože existovala alternativní stanoviska. Ale bylo zcela jinou věcí tvrdit něco takového začátkem dvacátého století, když ve spoustě oblastí existovaly jen jedny nebo dvojce noviny, většinou vlastněné řetězci nebo velmi bohatými a mocnými jedinci. Shlukování médií bylo všude na vzestupu a téměř nikde nebyly úspěšně zakládány nové deníky, které by na již existující trh vstoupily. Kdyby žurnalistika v tomto kontextu zůstala politicky angažovaná a obhajovala zájmy vlastníků a inzerentů, kteří noviny dotovali, vrhlo by to na její důvěryhodnost závažné pochyby. Podobně i senzacechtivost byla menším problémem ve chvíli, kdy ve společnosti existovalo několik dalších novin, které jí oponovaly.

Během období progresivismu dosáhla kritika kapitalistického tisku ve Spojených státech svého vrcholu a v míře, která nebyla nikdy později překonána, se stala hlavním tématem progresivních sociálních kritiků i všech těch, kdo usilovali o odhalování korupce.⁷ Přední reformisté, jako

Robert LaFollette z Wisconsinu, tvrdili, že komerční tisk svou zanícenou službou bohatým ničí demokracii. Jak to vyjádřil Henry Adams: „Tisk je najatý agent peněžního systému, vytvořený jen z toho důvodu, aby lhal tam, kde na tom tyto vrstvy mají zájem.“ Kritika se šířila napříč politickým spektrem; v prezidentské kampani v roce 1912 všichni tři vyzyvatelé prezidenta Tafta – Debs, Roosevelt i Wilson – kritizovali prokapitalistické zaměření tisku. V roce 1919 vydal Upton Sinclair své dílo *Brass Check*, které přineslo první velkolepou systematickou kritiku kapitalistické žurnalistiky z hlediska jejích nedostatků pro demokratickou společnost. Sinclairova kniha byla plná příkladů toho, jak tradiční média jasně lžou a překrucují pravdu o dělnickém hnutí a socialistické politice.⁸ Stručně řečeno, všeobecně se mělo za to, že žurnalistika je otevřenou třídní propagandou ve válce, v níž je ozbrojena jen jedna strana. Podobně kritika tisku tvrdila, že aby nenasytní vydavatelé vytvořili poptávku, podporují klamnou senzacechtivou žurnalistiku, která zachází s pravdou velmi volně. Všeobecné přijetí obou těchto názorů bylo pro podnikání ve vydávání novin velmi nebezpečné, neboť mnoho potenciálních čtenářů mohlo noviny považovat za nedůvěryhodné, propagandistické a nepřesvědčivé.

Koncept profesionální žurnalistiky dospíval ve víru kontroverze během období progresivismu. Důvtipní vydavatelé pochopili, že je třeba, aby jejich žurnalistika působila neutrálně a nezaujatě – což byla představa, jež byla žurnalistice v prvním století existence Spojených států zcela cizí – jinak bude jejich obchod čím dál méně výdělečný. Obětovali svou zřetelnou politickou moc, aby si pojistili svou pozici ekonomickou. Aby vychovali kádr profesionálních redaktorů a reportérů, prosazovali vydavatelé zakládání oficiálních „žurnalistických škol“. V roce 1900 žádná z těchto

škol neexistovala; do roku 1920 byly v chodu všechny tyto významnější školy jako Columbia, Northwestern, Missouri a Indiana. Revoluční a bezprecedentní koncept odloučení chodu redakce od obchodních záležitostí – nazývané odloukou církve od státu – se stal otevřeně hlásaným vzorem. Tvrdilo se, že vzdělaným redaktorům a reportérům se od vlastníků dostává svobody v redakčním rozhodování a tato rozhodnutí jsou založena na profesionálním úsudku, nikoli na politice vlastníků a inzerentů nebo na jejich obchodním zájmu maximalizovat zisk. Jakožto vzdělaní profesionálové se novináři také naučí tříbit svá vlastní měřítká. Čtenáři budou moci věřit tomu, co čtou, a nezabývat se tím, kdo noviny vlastní, nebo že v oblasti, ve které bydlí, existuje monopol jednoho nebo dvou majitelů.⁹ Kdyby se každý řídil profesionálními požadavky, byla by také kumulace novin čistě teoretickým problémem. Kdo by potřeboval více než jedny nebo dvoje noviny, pokud by nakonec každé noviny tiskly stejný, profesionálně připravený obsah? Majitelé by mohli své neutrální monopolní noviny prodávat každému a hromadit svůj zisk.

Trvalo desetiletí, než byl profesionální systém přijat všemi hlavními novinovými médii. Během třicátých a čtyřicátých let prosazovali prominentní novináři jako George Seldes a Haywood Broun vizi profesionální žurnalistiky, která by byla tvrdě nezávislá na korporátním a komerčním vlivu, vizi, která ztroskotala spolu s rozbitím veřejného politického života po druhé světové válce. V první polovině dvacátého století spousta vlastníků novin, například majitel *Chicago Tribune* plukovník McCormick, používala své noviny k hlášení svých politicky naprosto vyhraněných (a téměř vždy krajně pravicových) názorů. Když například nastoupili k moci nacisté, evropský dopisovatel *Tribune* přeběhl k Němcům, aby mohl dělat pronacistické krátkovlnné

rozhlasové vysílání do Spojených států.¹⁰ Ale do poloviny století přišli k rozumu i opozdilci jako *Tribune*. Novodobá legenda tvrdí, že v pověstné budově *Chicago Tribune* měli zaměstnanci redakce a obchodní sekce novin nařízeno používat oddělené výtahy, aby neutrpěla redakční bezúhonnost listu. Je důležité mít na paměti, že profesionální žurnalistika vypadala ohromně dobře ve srovnání s tím, co bezprostředně nahradila. Důraz na nestrannost a faktickou přesnost, zdiskreditování senzacechtivosti – kdo by proti tomu mohl něco namítat? Toto bylo a je hlasitě vítáno jako řešení problému žurnalistiky.

Po čase se ukázalo, že teorie profesionální žurnalistiky obnáší jeden problém, ještě ke všemu nepřekonatelný. Tvzení, že může přinášet neutrální a objektivní zprávy, bylo pochybné, ne-li zcela mylné. Dělat rozhodnutí je nevyhnutelnou součástí novinářského procesu a při rozhodování, proč si nějaký příběh zaslouží být na titulní straně, zatímco jiný je opomenut, se nutně prosazují určité hodnoty.¹¹ To neznamená, že určitá žurnalistika nemůže být nestrannější a přesnější než jiné; jistě to neznamená, že by v demokratické společnosti neměla nestranná a přesná žurnalistika hrát hlavní roli. Znamená to pouze, že žurnalistika ve skutečnosti nemůže být neutrální a objektivní a pokud se toto neuzná, není možné odhalit hodnoty, které jsou ve hře a které určují, co se zprávou stane a co ne. Žurnalistika ve Spojených státech přijala do profesionálního kodexu během svého vývoje určité zásadní hodnoty; na těchto hodnotách nebylo nic přirozeně objektivního nebo profesionálního. V základních ohledech odpovídaly obchodním a politickým potřebám majitelů, přestože nikdy nebyly sestaveny tímto způsobem. Pokud novináři věří, že řídí-li se profesionálním kodexem, jsou neutrální a nezaujatí – nebo alespoň že se otázkou zaujatosti nemusejí zabývat – nejsou schopni tento

vrozený nedostatek svého řemesla rozpoznat a zaměřit se na něj. Odborníci určili tři tendence zakořeněné v profesionálním kodexu – jímž se novináři řídí – které mají zcela jistě politické a ideologické souvislosti.¹² Tyto tendence přetrvávají dodnes; ve skutečnosti jsou silnější než kdy předtím.

Za prvé profesionální žurnalistika kvůli tomu, aby odstranila spornou otázku spojenou s výběrem článků, pokládá cokoli, co je vypracované oficiálními zdroji – například vládními úředníky nebo významnými veřejnými osobami – za základ pro legitimní zprávu. V časech politické angažovanosti žurnalistiky si noviny za výběrem článků stály, protože představovaly jejich hodnoty, to, co považovaly za důležité. Na takovýto přístup byla v době profesionální žurnalistiky uvalena klatba. Spoléhání se na zdroje jako na základ legitimních zpráv pomohlo tento problém vyřešit. Pokud pak byl redaktor za napsání určitého článku čtenáři napaden, mohl říci: „Hele, nám nic nevyčítejte, řekl to prezident (nebo jakýkoli jiný oficiální zdroj) a my jsme o tom jen napsali.“ Pojí se k tomu i ta důležitá výhoda, že se tím činí psaní zpráv celkem snadným a levným – jen pošlete reportéry tam, kde se koncentrují oficiální zdroje, a nechte je napsat o tom, co tyto zdroje říkají. Tento faktor je zásadní pro vysvětlení toho, proč se během dvacátého století dramaticky zvýšil počet článků o úřadu amerického prezidenta: do Bílého domu jsou přidělováni zpravodajové a ti pravidelně odevzdávají články, bez ohledu na to, co se právě děje. Koncem devatenáctého století mohly v novinách ve Spojených státech články o prezidentovi zaujímat dvě nebo tři procenta zpravodajského obsahu. Od poloviny do konce dvacátého století ovládal prezident, podle rozsahu průzkumu, 10 až 25 procent zpráv.

Nedostatky tohoto spoléhání na oficiální zdroje jsou zcela evidentní. Dává lidem v politických funkcích (a do

menší míry i obchodu) významnou moc určovat obsah zpráv tím, o čem mluví a – což je stejně tak důležité – o čem mlčí. Pokud si novinář dovolí přijít s tématem, o kterém se žádný oficiální zdroj nezmiňuje, je obviněn z neprofesionality a pokusu propašovat do zpráv své vlastní názory. Zkušení politici a vlivní lidé se naučí, jak využívat žurnalistické konvence ke svému prospěchu.¹³ Novináři se ocitají v situaci, kdy si nemohou své zdroje příliš znepřátelit, protože ty by s nimi mohly přerušit styky a oni by byli neúspěšní. Politická žurnalistika se často zvrhává na jednoduché zaznamenávání toho, co řekne někdo v jedné straně, a pak získávání reakce od někoho na druhém konci politického spektra nebo od někoho, kdo v prostředí oficiálních zdrojů zastává rozdílný názor. Celkem vzato dává spoléhání se na oficiální zdroje zprávám velmi konvenční a tradicionalistickou pachuť a nevede nevyhnutelně k pečlivému zkoumání důležitých témat.

Jak říká staré přísloví, média vám nutně neřeknou, co si myslet, ale řeknou vám, na co myslet a jak na to myslet. Chce-li člověk vědět, proč se o něčem píše a proč se o tom píše daným způsobem, pohled na zdroje mu ve velkém procentu případů najde ztraceně dobrou odpověď. Nejde jen o to, bude-li o věci vůbec napsáno, ale spíše o to, kolik pozornosti se jí dostane a jaký bude tón článku. Vzhledem ke skutečnosti, že legitimní zdroje se často omezují na politické a ekonomické elity, vypadají novináři kvůli této tendenci někdy jako písaři mocných – což je přesně to, co by člověk čekal v nějaké autoritářské společnosti s malou nebo žádnou oficiální svobodou tisku.

Mnoho novinářů se od těchto tvrzení znechuceně odvrací. Jejich odpověď by zněla, že profesionální spoléhání na oficiální zdroje je ospravedlnitelné, neboť je „demokratické“, protože oficiální zdroje jsou voleny nebo jsou zodpovědné

lidem, kteří jsou voleni. Není to diktatura. Práce reportéra je zaznamenat, co lidé u moci říkají a nechat čtenáře/diváka rozhodnout, kdo říká pravdu. Problém tohoto písarského principu je, že opomíjí rozhodující předpoklad teorie svobodného tisku: i volbami určení představitelé potřebují přísný dohled, jehož rozsah nemůže být vymezen jen jejich zvolenou opozicí. Jinak nemá občan žádnou možnost úniku ze statu quo, žádnou možnost kritizovat politickou kulturu jakožto celek. Ochabuje-li tato funkce hlídacího psa, korupce pravidelně narůstá a zastupitelský systém chátrá.

Kromě spoléhání na oficiální zdroje mají při vysvětlování a debatách o politice, zejména ve složitějších případech, zásadní slovo také odborníci. Stejně jako zdroje se odborníci získávají téměř výhradně z tradičně uznávaných vrstev. Studie o použití zpravodajských zdrojů a odborníků trvale ukazují na silnou tradicionalistickou tendenci zakořeněnou ve zprávách. Například analýza celoplošných televizních zpráv za rok 2001 zjistila, že využití zdroje a odborníci byli v naprosté většině bílí, muži, republikáni a bohatí. Převahu republikánů lze nejlépe vysvětlit jejich vládnutím. Zprávy se dělají o lidech u moci. Republikáni také, jak se zdá, přijali nadvládu obchodu nad politickou ekonomikou za legitimní. Ve zprávách bylo 955 představitelů korporací oproti 31 představitelům zaměstnanců.¹⁴

Druhou chybou žurnalistiky je, že má tendenci jako moru se bránit uvádění do kontextu. To byl velký klad angažované žurnalistiky: aby každému důležitému tématu dala smysl, snažila se ho zasadit do širší politické ideologie. Ale pokud novinář důkladnou práci poskytne smysluplný kontext a pozadí kauzy, při existenci profesionálních standardů to bude vést k jeho uvěznění do určité pozice a zaplete to jeho a případně i dané médium do sítě kontroverzí, kterým se profesionalismus míní vyhnout. To málo kontextualizace, které

profesionální žurnalistika přináší, se obvykle přizpůsobuje tradičním premisám oficiálních zdrojů. Způsob, jak zajistit, aby výběr zpráv nebyl vnímán jako ideologicky zaměřený, je mít záminku, která novinářský článek ospravedlní. Když se něco stane, je to důvod k napsání článku. To znamenalo, že zásadní společenská témata jako rasismus nebo zhoršování životního prostředí novinářskými škvírami propadly, pokud nedošlo k nějaké události – jako demonstraci nebo vydání oficiální zprávy – která by referování o nich ospravedlnila, nebo pokud z nich nechtěly udělat téma oficiální zdroje, aby o nich mohly opakovaně mluvit. Pro lidi, kteří nejsou u moci, bylo a je vytvoření takového odůvodnění zprávy mimořádně obtížné. Například zpráva Kernerovy komise o občanských nepokojích z roku 1968 výslovně uvádí, že dlouhodobě chabé referování o tématech občanských práv a jejich nedostatečná kontextualizace v tisku silně přispěly k ovzduší, které vedlo k nepokojům šedesátých let.¹⁵

Oba tyto faktory pomohly podnítit vznik a rychlý rozkvět oboru public relations (PR), jehož účelem bylo skrytě využívat těchto dvou aspektů profesionální žurnalistiky. Není náhodou, že obor PR vznikl zakrátko po profesionální žurnalistice. Mazaní PR agenti jsou schopni dávat zprávám tvar, který vyhovuje zájmům jejich většinově korporátní klientely, a to tím, že obstarávají prvotřídní tiskové zprávy, placené „odborníky“, údajně neutrální, avšak předem připravené skupiny občanů a recyklovatelné zpravodajské události. Mocní zástupci korporací, kterým dělají velké starosti vládní regulace, utrácení jmění, aby zajistili, že se jejich vědecké verzi dostane ve zpravodajství širokého prostoru... jakožto objektivní pravdě.¹⁶ Vlastníci médií vítají PR, neboť jim v podstatě přináší pomoc ve formě bezplatného materiálu. Průzkumy ukazují, že PR zodpovídá za 40 až 70 procent toho, co se objeví jako zprávy. Jelikož má PR úspěch pouze

tehdy, je-li utajené, identita nejdůležitějších hráčů a jejich nejúspěšnější tažení jsou široké veřejnosti neznámé. Během devadesátých let prošla oblast PR zásadní konsolidací a dnes tři největší společnosti mezi reklamními agenturami, které nabízejí svým klientům úplnou korporátní komunikaci, vlastní osm z deseti největších PR firem v USA.¹⁷

Spojený účinek těchto dvou tendencí a důležitost přerukování informací nutně vytváří velkolepý, ovšem tíživý paradox: žurnalistika, která by teoreticky měla podněcovat zapojení do politiky, postupně politice odnímá význam a podporuje širokou depolitizaci. Zdá se, že se jí lépe daří vytvářet nevědomost a lhostejnost než informované a zapáleně angažované občany.¹⁸ Politika se stává sterilní a prostá citů i spojitosti s životy, které lidé vedou. V nejhorším případě sytí cynismus ve vztahu k hodnotám a čestnosti veřejného života.¹⁹ Tak mají Američané často o některých tématech, kterým se dostane v médiích největší pozornosti, jako byl na počátku devadesátých let Blízký východ nebo Clintonův návrh o zdravotní péči, stejně málo vědomostí jako o těch věcech, které získají mnohem méně prostoru.²⁰ Žurnalistika vytváří spíše zmatek než pochopení a poučené jednání. To časem přináší zásadní dilema žurnalistiky. Lidé chápou, že demokracie potřebuje žurnalistiku: životaschopná samospráva je bez ní v naší době nemyslitelná. Méně dobře si lidé uvědomují, že žurnalistika potřebuje demokracii. Pokud neexistují občané, kteří se na žurnalistiku spoléhají, kteří ji berou vážně, kteří se politikou zabývají, může žurnalistika ztratit půdu pod nohama a mít mnohem méně podnětů usilovat o to, aby přinášela co nejlepší možné výsledky. Politický systém se stává nezodpovědnějším a korupce roste. Paradox profesionální žurnalistiky tak můžeme lépe formulovat takto: žurnalistika, která by měla alespoň nějaký smysluplný význam, nemůže přežít bez životaschopné

demokracie. Z toho vyplývá, že žurnalistika musí začít být směle a jednoznačně kritickou k antidemokratickému statu quo, musí opět přijmout za své staré rčení, že „znepokojuje klidné a uklidňuje znepokojené“. Stručně řečeno, logika věci napovídá, že aby žurnalistika zůstala demokratická, aby nadále existovala, musí se stát... neprofesionální.

Třetí tendence profesionální žurnalistiky je méně patrná, ale pravděpodobně nejdůležitější: daleka politické neutrality, pod tlakem prvních dvou tendencí, propašovává s sebou profesionální žurnalistika hodnoty napomáhající obchodním zájmům majitelů a investorů stejně jako politickým záměrům vrstvy vlastníků. Ben Bagdikian o tom mluví jako o fenoménu „po tom jdi, po tom ne“.²¹ Tak se legitimními zprávami stávají kriminální kauzy a události týkající se královských rodin a celebrit. (Jejich zpracování je finančně nenáročné a nikdy nepopudí lidi u moci.) Zálležitosti vlády jsou tak vystaveny mnohem přísnějšímu dohledu než zálležitosti velkého obchodu. A ze státních aktivit se dostává mnohem kritičtější pozornosti těm, které jsou určeny pro chudé (např. sociální služby), než těm, které slouží v první řadě zájmům bohatých (např. CIA a další instituce národní bezpečnosti státu), ty jsou víceméně utajené. Tento důraz na vládní přestupování zákonů a opomíjení zločinů korporací hraje do rukou těm, kteří si přejí dodat korporacím větší moc a výsady a podkopat schopnost státu zasahovat ve veřejném zájmu. Jak podotýká Ed Baker, profesionální metody spolu se zákony vztahujícími se k urážce na cti „přejí spíše odkrývání státních provinění než těch soukromých (korporátních)“.²² Také toto nahrává šíření cynismu ohledně veřejného života. Skandály korporací v roce 2002 nakonec vynesly některé jejich excesy do zpráv, ale ihned překvapilo, jak se všechny tyto kriminální aktivity děly po léta bez špetky zájmu sdělovacích prostředků. Je přirozeným

nadáním profesionalismu v žurnalistice nechávat novináře zapomínat na jejich pravidelné kompromisy s vysoce postavenými.

Určit, jestli zpravodajství opravdu straní korporacím, není lehký úkol a už léta jde o zdroj nemalé kontroverze. Přestože studie ukazují, že téma korporátní moci prakticky není v americké politické žurnalistice zmiňováno, obviňování žurnalistiky z prokorporátního zaujetí vede k velkým polemikám.²³ V devadesátých letech vrhl na tuto diskusi nové světlo jistý řízený experiment. Charles Lewis byl několikrát oceněným novinářem, který začátkem devadesátých let opustil velkou televizní společnost a vytvořil Centrum pro bezúhonnou společnost (Center for Public Integrity; CPI). Dostalo se mu finanční podpory různých nadací a on sestavil velký tým investigativních novinářů, kteří pro něj každý rok vypracovávali několik podrobných investigativních zpráv. Záměrem bylo postoupit zprávy sdělovacím prostředkům a doufat, že je zpracují a budou v investigativní práci pokračovat. CPI přišlo například se zprávou, že prezident Clinton „pronajal“ Lincolnovu ložnici v Bílém domě důležitým přispěvatelům na jeho kampaň. Když naproti tomu CPI vydá zprávu o přestoupení zákona korporacemi, říká Lewis, nepřijde na tiskovou konferenci prakticky nikdo, ve zprávách se téma téměř neobjeví a nikdo ho dál nezkoumá. Překvapující na tom je, že tyto zprávy píší přesně ti samí novináři.²⁴ Kdyby Lewis neměl své zásady, logicky by skandály korporací přestal odhalovat.²⁵

Představme si, že by prezident nebo ředitel FBI nařídil sdělovacím prostředkům, aby nezveřejňovaly žádná kritická šetření ohledně korporátní moci nebo třídní nerovnosti ve Spojených státech. Bylo by to považováno za absurdní porušení demokratických svobod a přímou výzvu pro životaschopnost republiky. Představovalo by to pro demo-