

A2 kulturní týdeník
LG. Philips Displays a selhání médií
15.8.2007 A2 kulturní týdeník str. 18 Média
jakub macek

Slepota k investorům, posluha moci

Příběh holdingu LG. Philips Displays, jež v Hranicích – s významnými státními investičními pobídkami v zádech – na začátku této dekády vybudoval závod na výrobu klasických televizních obrazovek a jenž na začátku roku 2006 zkrachoval, by neměl upadnout v zapomnění. Zajímavý je totiž nejen po ekonomické, právní a politické stránce, ale i s ohledem na způsob, jakým se jej chápala česká tištěná média.

Těžko hledat v českých médiích lepší příklad toho, co například britský teoretik Stuart Hall nazývá „produkcí souhlasu“. V případě továrny v Hranicích na Moravě totiž sdělovací prostředky selhaly prakticky na všech frontách dobrého žurnalistu. Místo aby deset let po nabytí svobody prokázaly svou schopnost budovat vyváženou, nestrannou a názorově pluralitní agendu, předvedly svou jednostrannost, nekritičnost, politický oportunistismus a předpojatost.

Připomeňme si ve stručnosti historii celého příběhu a jeho mediálního obrazu. Na počátku roku 2000 tehdejší premiér Miloš Zeman prozradil, že vláda jedná s Philipsem o výstavbě velké továrny na výrobu klasických televizních obrazovek. Média investorův zájem uvítala – stal se pro ně jak příslibem zlepšení domácí ekonomické situace, tak důkazem, že je Česko vyspělou zemí s dobrou infrastrukturou a solidní pracovní silou. Institut investičních pobídek i příchod Philipsu byly hlasitě chváleny jako vládní úspěchy. A zájmy investora byly ztotožněny s „naším společným“ budoucím blahem. Tento přístup byl provázen neochotou zabývat se možnými riziky zahraniční investice. Philips a jeho záměry se staly nedotknutelnými a nekritizovatelnými. To se v plné nahotě ukázalo v okamžiku, kdy jedna z osob vlastnicích pozemky, na nichž chtěl svou továrnu postavit, paní Markéta Regecová, mu odmítla půdu prodat. Považovala totiž nabízenou cenu za nízkou. Média Regecovou promptně označila za lhářku a nedůvěryhodného člověka, který „nám všem“ svým sobectvím škodí. A Philips byl naopak zobrazen jako oběť, která do „nás“ v dobré vůli investuje stovky milionů.

Postupně však začaly vycházet najevo i jisté problémy celé investice – reakce tisku však byla, s ohledem na zavedenou investorovu „nedotknutelnost“, váhavá. Média bez většího zájmu přešla skutečnost, že Philips spolu s korejskou LG holding vytváří LG. Philips Displays a že se tak mění identita investora. Jen lehce zbystřila, když se ukázalo, že továrna skladuje vadné obrazovky pod širým nebem, že si přímo konkuruje s domácí, leč státem nepodporovanou Teslou a že je v roce 2003 kvůli situaci na trhu nucena omezit výrobu.

K obratu v přístupu médií vedly až v letech 2003–04 aktivity nevládní organizace Ekologický právní servis (EPS). Právníci z EPS, zpočátku označovaní jako „ekologičtí aktivisté“, poukazují na skutečnost, že továrna nebyla řádně zkolaudovaná, že není pojištěná a že stavební povolení, která jí byla vydána, nejsou podle zákona v pořádku. Média zástupcům EPS postupně přiznávají identitu „právníků“ a začínají o LG. Philips Displays hovořit jako o aktérovi, který jedná protiprávně a zneužívá „naši“ pohostinnosti.

Ironickou tečku za příběhem přinesl na počátku roku 2006 krach fabriky – média začala prohlašovat, že bylo od začátku jasné, jak věc dopadne, a že výroba zastaralých katodových obrazovek byla vždy odsouzena k obchodnímu debaklu. A stejně tak „zjevná“ byla zpětně i rizika vyplývající z toho, že investor přišel z těžko kontrolovatelného prostředí mezinárodních trhů.

Mediální příběh události a jeho vypravěčská pravidla rekonstruuje diskursní analýza, aplikovaná na zhruba 700 textů publikovaných v letech 2000–06 v denících Hospodářské noviny a Právo a v týdenících Euro a Týden. A tato rekonstrukce ukazuje, že se způsob vyprávění, jímž byla kauza médií utvářena, vyznačoval několika zásadními rysy.

Předně: vládním aktivitám nakloněná stranickopolitická poloha diskursu (kdy lze mluvit až o

politickém oportunistu, v němž vynikalo především Právo) v prvních letech vytlačila polohu ekonomicko-analytickou. Analytičtější argumenty tehdy v analyzovaných médiích hledaly místo jen velmi těžko. Média se tak zpočátku prakticky nezabývala riziky spojenými se zahraničním kapitálem či možnou budoucností trhu se zastarávajícími klasickými televizními obrazovkami – což ve vztahu k HN a Euru, tedy ekonomicky zaměřeným periodikům, není zrovna pozitivní závěr.

Média současně negativně nálepkovala a zbavovala důvěryhodnosti aktéry, kteří byli s investorem ve pří: Markéta Regecová byla označena jako „hrozba“, jako osoba, jež se dopustila „podvodu“; právníci EPS byli označováni jako „aktivisté“ či „ekologové“ (čímž byly jejich výroky přinejmenším relativizovány); státní úředníci, kteří vyžadovali například zákonná povolení, byli „byrokraty“. Ve spojitosti s krachem holdingu LG. Philips Displays pak média prezentovala Philips i město Hranice jako oběti „nelítostného korejského globálního hráče“.

Shrnu-li rezultat studie, pokrytí kauzy bylo v řadě ohledů výrazně jednostranné a předpojaté, umlčovalo a delegitimizovalo opozitní postoje, vytrvale a dlouhodobě využívalo neověřené informace (konkrétně údaje o výši plánovaných investic). Současně média zřetelně vytěšňovala jakékoli nejistoty, které příchod zahraničního investora přinesl (rizika s investicí spojená totiž vycházela nikoli z domácí situace, ale z logiky globálního trhu – a byla tedy nekontrolovatelná ze strany „nás“), a do příběhu je vpustila až v okamžiku, kdy je nebylo možno ignorovat.

Nelichotivý závěr je možné a snad i nutné odlehčit konstatováním, že tendence médií utvářet více či méně ideologicky zatíženou, statusu quo a mocným a „všeobecnému blahu“ stranící mediální realitu není nikterak výjimečná, jak od sedmdesátých let běžně ukazují kriticky orientované studie médií. Média jsou „nezávislá“ či „nestranná“ spíše manifestně, ale ve skutečnosti jsou, jak ostatně tvrdí i již zmíněný Hall, jednou z klíčových součástí toho, co marxistický filosof Althusser označuje jako ideologický aparát.

Podrobněji celou kauzu továrny na televize i mocenské pozadí fungování médií v tomto případě ukazuje studie Tekutá prosperita: Český stát a LG. Philips Displays, kterou jsme s Kateřinou Škařupovou a Vítom Kouřilem z brněnské Fakulty sociálních studií zpracovali pro výzkumný projekt Dioscuri a která bude publikována v druhém letošním čísle odborného žurnálu Mediální studia.

O autorovi | jakub macek, Autor je interní doktorand při Katedře mediálních studií a žurnalistiky Fakulty sociálních studií MU.