

K některým otázkám obsahu, působení a výzkumu hromadných sdělovacích prostředků⁽¹⁾

BLANKA FILIPCOVÁ
JINDŘICH FILIPEC

Ústav pro filozofii a sociologii ČSAV,
Praha

Narůstající úloha moderních technických prostředků informace a propagandy pro veškerý život současného člověka souvisí s celým komplexem činitelů, které ovšem mají svoji hierarchii, a proto také různou specifickou váhu. I v této souvislosti má určující význam epochální přechod současného třídně rozděleného světa od kapitalistické ke komunistické sociálně ekonomické formaci. Charakter současné epochy lidských dějin zákonitě poznamenává obsah a funkce prostředků masové informace a propagandy, působících v protikladném smyslu na obou stranách barikády základních třídních sil a sociálně politických proudů. V tomto určujícím třídně mocenském rámci se ovšem násobí úloha audiovizuální komunikační techniky v souvislosti s celkovým narůstáním úlohy vědeckotechnického fenoménu. Závažnou roli hraje i fakt stupňující se akcelerace technických inovací a tempo jejich pronikání do všech oblastí lidského života. To ovšem neznámá, že uvedené faktory lze v hierarchii celého komplexu hybných činitelů dějin stavět na první místo, jak to činí různé koncepce tzv. technické civilizace (Friedmann), technetronní společnosti (Brzeziński), respektive různých typů „společnosti alfabetyzované“, civilizace oka, epochy magických kanálů apod. (Mc Luhan a další).

Koncepty buržoazní společenské teorie nutno analyzovat kriticky, a sice v duchu leninského pojetí idealismu jakožto jednostranné absolutizace jednoho rysu skutečnosti. Touto stránkou skutečnosti je fakt všepřonikajícího působení důsledků vědeckotechnického pokroku, který v rozvinuté části naší planety přeměnil představu panenské přírody v romantický čítankový obsah či zasutou vzpomínku příslušníků starší generace. Člověk je zde skutečně obklopen již převážně produkty své vlastní činnosti, umělým prostředím, které dodává stále více podnětů a signálů pro jeho myšlení, cítění a jednání. V tomto kontextu hraje významnou úlohu právě moderní prostředky masové komunikace, které dnes v nejrůznějších podobách vpádají do nejintimnějších sfér lidského soukromí a činí v dosud nebývalém masovém měřítku z tohoto dřívějšího hájemství intimity předmět veřejné podívané.

Dnešní člověk osciluje mezi dvěma krajnostmi: mezi ptačí perspektivou těkavého klouzání po povrchu chaotické spleti faktů a mezi omezeností tvora

(1) Tato stat' je částí obsáhlejší studie J. Filipce a B. Filipcové *K některým kategoriálním otázkám v pojetí a výzkumu prostředků masové informace a propagandy*, zpracované pro seminář na téma *K dosavadnímu stavu vymezení vědního oboru žurnalistiky, jejímu sepětí s ostatními vědami a k využití poznatků věd pro další zvyšování efektivnosti prostředků masové informace a propagandy*, uspořádaný Ústavem teorie a praxe žurnalistiky při fakultě žurnalistiky Univerzity Karlovy (Rožtěž 22.–23. března 1982). Těžiště této části spočívá pouze v naznačení teoretického přístupu ke kategoriím „informace“ a „propagandy“ i jejich místa v základním pojmovém systému prostředků masové informace a propagandy.

zahrabaného v podpovrchovém, ale stejně nepřehledném labyrintu úzkých uliček a dílčích výseků celkové skutečnosti. Nepředstavuje v této souvislosti tzv. informační exploze působení prostředků masové informace a propagandy spíš přilévání oleje do ohně? Přispívá informace jimi poskytovaná k uspořádání shluků dat a k proniknutí k jejich podstatě, nebo naopak spíše stupňuje informační chaos a „šum“? Jakou roli z hlediska poznání a jednání hrají nesčetné průzkumy sdělovacích prostředků, které zejména v období po druhé světové válce konstituovaly celé společenskovědní odvětví? Jaká jsou kategoriální a filozofická východiska těchto výzkumů a jak ovlivňují jejich výsledky? Jaký vliv má celý komplex zmíněné problematiky a praktická řešení s tím spjatá na utváření životního způsobu, na formování osobnosti?

Pro vědecké pochopení povahy působení všech prostředků lidského jednání, a tedy i pro pochopení prostředků masové informace a propagandy, má zásadní význam kategorie sociálně ekonomické formace a z ní vyvozená periodizace dějin. Různé zásadní převraty ve sdělovací technice se přirozeně nekryjí se sociálními revolucemi, nejsou synchronizovány s přeměnami společenských řádů, ale jejich funkce jsou za všech okolností a při všech technologických přeměnách sdělovací techniky vázány na kvalitu té které sociálně ekonomické formace, jsou jí podřízeny. Tím méně lze seberadikálnější přeměny ve sdělovací technice vydávat za kritérium periodizace dějin či dokonce za rozhodující body dějinné diskontinuity, které pak jsou nezřídka označovány jako sociální revoluce. Sdělovací prostředky jsou sice již samotným svým vznikem spjaty s prostředky výrobními, a dokonce v některých svých podobách vstupují do výrobního procesu (zvuková technika, krátkovlnné vysílače, průmyslová televize, mikroprocesory atd.). Vzhledem k své vlastní společenské funkci však nejsou součástí výrobních sil, nýbrž představují předmětné vybavení či specifický nástroj jedné ze součástí ideologické nadstavby. Předmětný substrát sdělovacích prostředků má ovšem velký a svým způsobem rovněž bytostný význam pro rozvoj lidské podstaty, nikoli však význam zcela totožný s rolí pracovních nástrojů, jejichž výroba a používání v pracovním procesu primárně polidštily opici. Přes tento rozdíl se sdělovací prostředky svým způsobem podílejí na rozvinutí specifiky lidského rodu a na vyhranění jeho odlišnosti od světa zvířat. Jde o to, že zvířata na rozdíl od člověka svoji získanou zkušenost uchovávají pouze v paměti jedince, popřípadě ji předávají svým bezprostředním potomkům. Nezanechávají po sobě žádná trvalá znamení, jež by v nadindividuálním rozměru a čase umožňovala prodloužení paměti a uchování získané zkušenosti pro vzdálenější pokolení (k takovému prodloužení nabývaných informací zde dochází jen velmi pomalu a v omezené míře, a to výhradně prostřednictvím genetických proměn). Člověk se na rozdíl od zvířat vyznačuje mimo jiné tím, že na určitém stupni svého vývoje překračuje stav, kdy jedinec ukládá své životní zkušenosti pouze do své individuální paměti, ale zaznamenává je v různé podobě jako poselství příštím generacím. Pták učí svá mláďata létat a obstarávat si potravu, avšak činí tak jedinečně v bezprostředním působení, zatímco člověk toto bezprostřední působení přesahuje mimo jiné tím, že své informace ukládá a materializuje „na věčné časy“ — nejprve v nápisích vytesaných do kamene, později v hieroglyfech, zapsaných na papýrusové svítky, či v obrazovém písmu zaznamenaném na pergamen, až konečně použije k prodloužení své individuální přirozené paměti celého systému moderní sdělovací techniky, například s využitím paměti feritové a všech vymožeností mikroelektroniky.

Prvním stupněm tohoto procesu vytváření kontinuity nadindividuální společenskohistorické paměti je ovšem *ústní podání*, které vlastně představuje jakýsi přechod od zvířecího k lidskému přenosu informace (označovanému např.

Dubininem jako „sociální dědičnost“ [viz blíže V. J. Novák [1981: 493]]. Ústřední postavou tohoto druhu komunikace je pěvec či bard, jehož prostřednictvím se informace traduje z pokolení na pokolení převážně v podobě báje. Jako každý jiný prostředek přispívá i ústní podání jednak k dosažení cíle, jímž je uchování tradičních norem a forem života, jednak ovšem vede k jejich jisté deformaci, k transformaci sdělení způsobené mnoha různými činiteli přítomnými v každém médiu (tvořivost pěvce, hlasatele, nejasnost podání, aktualizace, dezinterpretace atd.). Ústní podání tak na jedné straně prodlužuje a násobí přirozenou paměť individua, současně však toto zprostředkování informace svou povahou vyvolává některé nové a jiné informační posuny a „šumy“. Velké zpřesnění představuje písemný záznam. Písemně zašifrovaná podoba sdělení zvyšuje přesnost a prodlužuje komunikabilitu, resp. srozumitelnost, jeho významu. Násobí také normativní a instruktivní charakter sdělení, jenž je ostatně obsažen již v samé podstatě ústního podání, mýtu či hrdinského eposu. Zde však jde o prostředek dvojnásob zavazující: Co je psáno, to je dáno, *litera scripta manet*. Písmo s velkým P, označované doslova jako Písmo svaté, se neliší nijak podstatně (svým vztahem ke skutečnosti) od starověkého eposu, avšak jako každé jiné dřívější či pozdější písemné zaznamenání určitého pojetí světa a života s normotvorným nárokem a sankcemi překonává dosah ústního podání. Překonává jej svou účinností, svou takřka planetární a poměrně rychlou multiplikovatelností (ve smyslu masového rozšíření) a zejména svou podobou zafixovaného kodexu věroučných dogmat a příkázání pro vedení života (ve smyslu Starého či Nového zákona). Totéž přirozeně platí i o Koránu a jiných podobných náboženských spisech, které rovněž překonávají ústní podání navazující na jednu z jeho hlavních funkcí spjatou s regulací způsobu života a s petrifikací určitých norem i stereotypů myšlení, cílení a jednání.

Jak v ústním podání, tak v písemných vyjádřeních je v různé míře přítomen i prvek estetický. S ním jde ruku v ruce funkce obřadní, která znamená ozvláštnění svátečních chvil a jejich odlišení od všednodennosti. Svátky a s nimi spjaté rituály či slavnosti, později stále více sekularizované, se stávají významným časoprostorem mnohostranné komunikace. V ní pak v průběhu staletí nabývá stále výraznější místo funkce zábavní, mající poskytnout masám rozptýlení a oddych, jenž ovšem má koneckonců sloužit regeneraci pracovní síly. Krajně hypertrofizované podoby nabýval tento moment v celém systému kapitalistického zábavního průmyslu, který právě s pomocí nejmodernější sdělovací techniky má zabezpečit nepřetržitě rozptýlení (*non stop distraction*), což v daném kontextu ovšem znamená také nepřetržitý únik, život z druhé ruky, záměnu reálného s vysněným (*day dreaming*) a v celkovém souhrnu snahu o jednosměrnou manipulaci pracujících. Tato snaha je spojena s programy distribuce konfekčních životních stylů, dalekosáhlé infantilizace všech vrstev a generací, jakož i s rafinovaným „formováním“ veřejného mínění (viz označení „formovaná společnost“). To je také objektivní základ a terč tzv. „kulturní kritiky“, respektive tzv. kritické teorie společnosti, která hovoří o „jednorozměrném člověku“ (Marcuse), o věčném kojenci, který dříve než se jako člověk narodí, umírá (Fromm), o absenci „plnoletého“, „svěprávného“ občana, jehož vědomí prý neexistuje, ale je právě jen „zhotovováno“ — *hergestellt* (Habermas).

Budiž hned konstatováno, že tento druh kritiky odlidštění a rozpadu osobnosti v tzv. pozdním kapitalismu má vedle dílčích postřehů své známé slabiny, neboť přeceňuje moc monopolů a nedoceňuje aktivní dějnotvornou sílu mas, jmenovitě revoluční potence dělnické třídy jako vedoucí složky antimonopolistického svazku.

K tomu také z hlediska našeho tématu přistupuje nepochopení *dialektiky* v působení masových sdělovacích prostředků v dějinách, kde se — jako ostatně v působení všech prostředků lidského jednání — proplétají prvky *alienace* a *dezalienace*, prvky *odcizení* a *osvojení*.

Slabiny této jednostranné „kulturní kritiky“ souvisejí mimo jiné s nepochopením a odmítáním úlohy dělnické třídy a reálného socialismu. Přesto jsou v ní jak v křivém zrcadle odraženy některé reálné aspekty postavení člověka v současném kapitalismu.

Na odcizené a odcizující povaze sdělovacích prostředků v kapitalismu také nic podstatného nemění fakt, že s rozvojem vědy a techniky do jejich programu proniká vědeckotechnická revoluce a s ní také narůstající funkce vědeckopopularizační. V celkovém historickém pohledu zajisté do určité míry platí, že náplň sdělovací techniky se postupem staletí přesouvala od mytologie přes náboženskou věrouku k vědě, jak to postihl ve své podnětné a v mnohém objevené práci *Kultura a osobnost* sovětský vědec E. V. Sokolov [1972]. Zajímavá je též jeho typologie přenosu informace (tradicionalismus, dogmatismus, vědeckost), která podle autorova názoru působí současně a vedle sebe v jednotlivých společnostech. Racionálně vědecký způsob předávání znalostí je podle Sokolova adresován nikoli pasivnímu vykonavateli, ale „aktivní činné osobnosti, která si je vědoma své společenské odpovědnosti“ [Sokolov 1972: 131]. Jelikož ovšem i tento typ předávání informace vždy působí v určitém společenském kontextu, závisí jeho funkce a dopad v mnoha podstatných směrech právě na tomto kontextu. To, co se například ve Spojených státech severoamerických označuje jako „scientific management“ je právě programem maximálně intenzivního usměrnění výkonu dílčí funkce v zájmu rozšířené reprodukce kapitálu, která je nepřímo úměrná rozšířené reprodukci a všestrannému rozvoji osobnosti. V závislosti na tomto kontextu také v samotné oblasti vědy dochází k prolínání striktního dirigismu a participace jednotlivců, kteří zvýšení odpovědnosti za svůj dílčí úkol často vykupují rostoucím otupením osobní odpovědnosti v makrospolečenském a planetárním rozměru. Velmi rozporuplný je pak obsah i dopad vědecké informace v masových sdělovacích prostředcích. Jde především o to, co je vůbec považováno za vědu, a co nikoli. V mnoha případech je zde v zájmu kapitálu za vědu vydávána jeho apologetizace, a naproti tomu skutečná věda — jmenovitě společenská — je prakticky vytlačována. Zaznamenávají to i někteří kritičtější uvažující myslitelé z buržoazního tábora. Příznačně například označuje H. P. Bahrdt vědeckého experta za „šamana“ tzv. technické civilizace a o jeho „objektivitě“ vyslovil svého času svůj názor jeden z předních představitelů západoněmeckých průmyslových kruhů R. Altmann, když řekl, že oficiální místa znají stanoviska jednotlivých expertů i honoráře, které požadují a podle toho se jednoduše při svých zadáních zařizují.

Máme zřejmě co činit s rozporuplným působením vědy a vědecké informace nejen v současném třídně rozděleném světě, ale i uvnitř kapitalistické společnosti samé, což má nutně svůj vliv na přenos vědecké informace (i jejích různých metamorfóz a prezentací) v moderních sdělovacích prostředcích. Je v této souvislosti příznačné, že například v pohledu na tutéž společnost (Spojené státy severoamerické) dospěli sociologové vycházející v podstatě z jednoho (i když politicky poněkud diferencovaného) třídního tábora k přímo diametrálně protikladným závěrům. Máme na mysli dvě práce, z nichž jednu publikovali T. W. Adorno a M. Horkheimer pod názvem *Dialektika osvícenství* [1947] a druhou nazval vysloveně polemicky R. Dahrendorf *Uplatnění osvícenství* [1963]. Autoři obou knih se převážně inspirovali zkušenost-

mi získanými za pobytu v USA. Adorno s Horkheimerem dospěli k závěru, že původní ideály osvícenství se zde přeměnily v „masový podvod“, a to v neposlední řadě s přičiněním zkomercionalizované „masové kultury“. Dahrendorf učinil závěr opačný a „objevil“ Ameriku jako zaslíbenou zemi uplatněného osvícenství.

Z uvedeného plyne, že hovoříme-li o směřování k „racionálně vědeckému způsobu předávání poznatků“, pak jde o jev vnitřně rozporný. Sám typ racionality i typ vědy je v posledních letech charakterizován jako kategorie historická, proměnlivá v čase a závislá na společenských determinacích. I když o tom všem je pochopitelně nutno diskutovat, jedno v přínosu citovaných myšlenek E. V. Sokolova je nesporné: každé hlubší pochopení kulturních jevů a v jejich rámci všech prostředků masové informace a propagandy předpokládá přistoupit k nim nejen jako k pouhým prostředkům a technice, ale spolu s tím a především jako k nositelům informace, poselství s určitým ideovým obsahem a významem.

Kategorie informace — od formy k obsahu sdělení

Analýza sdělovacích prostředků musí být nutně vázána na filozofickou kategorii smyslu, na obsahy sdělení a jejich zaměřenost vztahující se více či méně účinně k výslednému obrazu myšlení, cítění a jednání adresáta, tj. společnosti v jejím třídně skupinovém rozvrstvení. Analýza smyslu sdělení a smyslu jednání, které s ním přímo či zprostředkovaně koresponduje v celém komplexu životních činností, jsou komplementární kategorie, bez jejichž prozkoumání zůstává teorie i praxe prostředků masové informace a propagandy na povrchu. Obsahová analýza působení a účinků těchto prostředků je také klíčem k rozpoznání kvalitativní odlišnosti jejich úlohy v různých sociálně ekonomických soustavách současného světa.

V této souvislosti je proto nutno věnovat pozornost kategorii „informace“ a jejímu místu v systému prostředků masové informace a propagandy. Nejde o rozbor tohoto pojmu v širším rámci obecné teorie informace, která informaci v užším slova smyslu subsumuje pod všeobecné vzájemné působení všech předmětů, jevů a procesů jednotného materiálního světa, tj. kategorii, zahrnující jak interakci objektivní realita — člověk, tak vzájemné působení uvnitř samotné objektivní reality na všech stupních vývoje hmoty. Přes nespornou zajímavost a podnětnost tohoto širšího aspektu se soustředíme na informaci jako konstitutivní složku působení sdělovacích prostředků. Informaci — v souladu s koncepcí sovětského vědce B. Grušina a kol. — chápeme „jakékoli sdělení (text), obsahující jakékoli zjištění (nový poznatek) ve vztahu k tomu či onomu objektu (předmětu sdělení)“. [Grušin—Onikov i koll. 1980: 21].

I když otázkám informace v širším i užším slova smyslu je v sovětské literatuře věnována velká pozornost, zaujímá zde citovaná kniha mimořádné místo, a to mimo jiné právě z hlediska výzkumu sdělovacích prostředků, jakož i rozboru ústředních kategorií s tímto fenoménem spjatých. Nikoli náhodou se v recenzi předního sovětského sociologa V. S. Semjonova, otištěné v moskevské *Pravdě*, uvádí, že tato práce představuje „výsledek největšího mnohostranného výzkumu v marxistické sociologii“, který „přináší údaje typické nejen pro střední průmyslové město, ale i pro sovětskou společnost vůbec.“ Sami autoři konstatují — a možno potvrdit, že bez přehánění — že „badatelský kolektiv se v daném případě střetl s úkolem, který si do té doby v celém komplexu nedovolili řešit ani domácí, ani zahraniční sociologové“. Kon-

cipovali úkol tak, že si vytkli jako cíl vypracovat svého druhu „úvod do sociologie informace“. Ocitli se v situaci, kdy podle jejich názoru „bylo třeba zkonstruovat systém souřadnic pro popsání [poznání] nového předmětu, který ještě nebyl v tomto vymezení vědou zkoumán“ [Grušin—Onikov 1980: 6–7]. Sociologové z NDR považují za plodné „rozpracování sociologické teorie produkce a funkce vědomí v socialistické společnosti“ [Hahn 1981: 54]. Duchovní produkce a uvědomělá přeměna idejí v materiální síly dějinného pohybu nabývá v zemích reálného socialismu zákonitě na významu a je proto zcela zákonitě, že se stává předmětem výzkumu. Tento fakt je zajisté podstatný a otázka ustavení či konkrétní podoby nové vědní disciplíny s ním spjaté je naléhavým podnětem k diskusi.

Velkou zásluhou citované sovětské práce je, že se zaměřila na úlohu a pohyb masové informace v podmínkách socialismu, že se snažila postihnout jejich dějinnou kvalitu týkající se zejména obsahu sdělení prostředků masové informace a propagandy. Za tím účelem bylo nutno vypracovat adekvátní kategoriální i metodologický aparát, který by byl s to odkrýt dialektiku obecného i zvláštního, diskontinuitního i kontinuitního.

Jde o výzkum, který má pro teorii a praxi působení sdělovacích prostředků svůj velký význam především svými výsledky, jimž je třeba věnovat velkou pozornost. V souvislosti s naším tématem se však zaměříme jen na některá jeho kategoriální východiska a přístupy. Představují nejen pouhý vstup, ale obsahují v sobě také mnohá určení jako jistou syntézu obohacenou průběhem a interpretací tohoto mnohostranného a longitudinálního výzkumu.

Charakteristiky zmíněné Grušinovy definice informace uvedené v závorkách pochopitelně nepovažujeme (a zajisté je nepovažují ani autoři) za podstatu specifické difference, ale za jednu z eventualit, ilustraci podstatných určení uvedených vně závorek. V tomto duchu také přibližují, resp. vysvětlují, jádro své definice v další myšlence, v níž specifikují tři základní prvky fenoménu takto definované informace: 1. O čem se informuje? 2. Jak se informace podává? 3. Co se sděluje?

Takové pojetí informace v systému prostředků masové informace a propagandy je nejen dostatečně úzké, aby zapadalo do rámce působnosti tohoto systému, ale je současně také dosti široké, aby zahrnovalo a pokrývalo celou širokou paletu typů sdělení, o něž v daném komunikačním rámci jde. Plně také ospravedlňuje název „prostředky masové informace a propagandy“, neboť v pojmu „informace“ jsou zahrnuty všechny typy sdělení — od vlastního zpravodajství, přes různé umělecké žánry a druhy umění, po zábavu a rozptýlení. Setkali jsme se například s námitkou, že to představuje jakési její „znesvěcení“ nebo alespoň nepřiměřené označení. Tato námitka neobstojí. Vždyť básnický obraz je v duchu marxisticko-leninské teorie jen specifickou formou odrazu a ve svém vyjádření specifickou formou informace ve smyslu sdělení, komunikace — a pokud to zní estetickým uším přijatelněji — tedy poselstvím. Podstatou tohoto poselství je určité zvláštní osvojení, a tedy také poznání světa a člověka. Bytostná přítomnost estetické funkce, jak známo, nejen není bariérou tohoto druhu osvojení a poznání, leč právě naopak přispívá k jeho prohloubení, k odkrytí nových stránek (jinak zasutých) a působí jako katalyzátor ostatních poznávacích, rozumových, citových i smyslových mohutností člověka. Komu se termín informace zdá být nepřiměřený pro umělecké sdělení, ten — třeba i bezděčně — propadá představě o naprosté výlučnosti tohoto druhu lidské činnosti, odděluje ji metafyzicky od poznání a ostatních druhů osvojování světa s tím, že vlastně reklamuje pro oblast umělecké tvorby jakési hájemství neporovnatelnosti, které by nakonec zname-

nalo spíš hranici sdělitelnosti než „otevírání studánek“ nových dimenzí komunikability mezi všemi příslušníky lidského rodu. Na samém dně takové koncepce někdy dokonce může ležet pozůstatek elitářství, či alespoň pověra o jakési exkluzivně prorocké misi tzv. tvůrčí umělecké inteligence, jejíž exkluzivita právě vylučuje racionální srovnání s jinými složkami inteligence, natož pak s ostatními sociálními vrstvami, bez jejichž aktivní účasti na poznávání a osvojování světa ztrácejí jakákoli poselství a jakákoli komunikace svůj *raison d'être*.

Obdobně se mají věci s jinou námitkou, která termín „informace“ v systému sdělovacích prostředků považuje za neadekvátní pro postižení fenoménu zábavy a rozptýlení. Definice pojmu informace obsažená ve východiscích i závěrech výše citovaného sovětského výzkumu v sobě zcela uspokojivě zahrnuje také tento důležitý komplex. Vtip či gag, právě tak jako klauniáda, satira či kvíz, to vše je také svého druhu sdělením, svého druhu poselstvím (i když ovšem zde, na rozdíl od případu poselství básnického, může takové označení někomu znít příliš nadneseně a vznešeně). Tento svérázný druh informace svým obsahem nepůsobí — nebo alespoň nemusí působit — jen na bránici, ale také na některé ostatní orgány lidského těla, včetně mozku. Většinou ovšem v zábavné části obsahového repertoáru sdělovacích prostředků hraje svoji roli ona funkce „projektivního úniku“ či „rozptýlení“, jak o ní výstižně hovoří E. V. Sokolov. Avšak také zde je — jako ve všech ostatních typech informace — přítomen moment poznání. Podstata humoru vůbec spočívá v navázání zcela neobvyklých, nestereotypních a často zdánlivě či skutečně absurdních vazeb člověka se skutečností, které jednak vyvolají smích, jednak však poodhalí nový zorný úhel v pohledu na svět a život. Absurdní životní situaci dokonce mnohdy může nejadekvátněji vystihnout právě absurdita gagu či „černého humoru“. Někdy je to skutečný, jindy zdánlivý nadhled, někdy „odstup“ a únik, který však může mít blízko k Leninově poznámce o odstupu odtažitého (abstraktního) myšlení zapsané ve *Filozofických sešitech*: *Reculer pour mieux sauter* [tj. odstoupit, abych lépe zasáhl cíl!].

Podtext námitky proti užívání termínu informace v souvislosti s uměleckou tvorbou byl svým způsobem motivován elitisticky. Odmítání termínu informace ve vztahu k zábavě a rozptýlení zavání spíše populismem. Z výzkumů různých sdělovacích prostředků je totiž známo, že v anketách zjišťujících hierarchii potřeb a očekávání, které populace s jejich působením spojuje, figurují ve všech skupinách na prvním místě zábava a rozptýlení. Víme však stejně dobře, jak jsou tyto ankety často prováděny, víme, že nejsou žádným vysvětlením poslední instance, ale že naopak samy si vyžadují důkladné analýzy a hlubšího vysvětlení. Výzkumníci si někdy nelámou hlavu tím, co, tj. jaké obsahy, kdo spojuje s pojmem zábava a rozptýlení, a tak se nakonec ocitnou v jednom pytlí velmi diferencované obsahy a velmi stratifikované publikum. Preference sumárního požadavku zábavy se tak v některých případech přijímá jako daný stav. Jeho hodnocení se zcela v duchu weberovského pojetí sociologie ponechává stranou anebo přenechává jiným, příslušným instancím. Od tohoto postoje bývá již jen krůček k populistickému přitakání „danému stavu“ a k obhajobě podbízívého přístupu k průměrnému až podprůměrnému „lidovému“ vkusu, jehož jsme někdy svědky jak v produkci našich sdělovacích prostředků, tak v části kulturní kritiky.

Zábava, rozptýlení a humor všeho druhu ani ve své nejvlastnější a nejautentičtější podobě velké legrace není tedy jenom k smíchu (či podle okolností nezdíka k pláči), ale má svůj, pro každého člověka dosti podstatný vztah k určitému osvojování si světa, k určitému pojetí života. Ani tento druh osvojování si světa zábavou či hrou (*schola ludus*) není hermeticky oddělen od

jeho poznávání. Proto také zábavné programy v systému prostředků masové informace a propagandy mají chtě nechtě svoji světonázorovou funkci, ovlivňují hodnotové orientace lidí, jejich pojetí smyslu života: kladně či záporně, v zájmu rozvoje, stagnace, či dokonce někdy i deformace osobnosti.

Tím se však již dostáváme k rozboru obsahu informace a smyslu působení sdělovacích prostředků dále, a sice k hodnocení. Nejde přitom zdaleka jen o hodnocení estetické, ale mnohdy daleko více politické, morální a v každém případě také, jak jsme doložili, více či méně gnozeologické, či přesněji řečeno kognitivní. I v tom se vyhrcoje jednak zásadní protikladnost buržoazních a marxistických přístupů, ale zejména také kategoriální a metodologická převaha marxisticko-leninské společenské vědy.

Vývoj buržoazní sociologie masových komunikačních prostředků obnažuje velmi přesvědčivě jak její možnosti, tak ovšem i nepřekročitelné meze. Její počátky jsou v období mezi lety 1940—1950 v USA, kde toto odvětví bylo pěstováno ve značné izolaci od ostatních sociologických odvětví a z převážně utilitárních, nezdědka komerčních důvodů. Metodologicky také zde převládal pozitivismus, a to, co sám Sorokin kdysi kriticky charakterizoval jako „kvantofrenii“ americké sociologie. V padesátých letech, kdy tento směr začínal v USA dosti zřetelně vyjevovat své slabiny, zachvátil s určitým zpožděním Západní Evropu. Morin v této souvislosti například hovoří přímo o „fetišizaci dotazníku“ ve Francii. Postupně se však i zde tato móda vyžívá a nastupuje snaha o uchopení širších souvislostí v působení mass-medií, a to jak ve vazbách na celý kulturní systém a jeho dynamiku (A. Moles), tak v jeho začlenění do rámce strukturální antropologie (Lévi-Strauss, Barthes). Příznačné však je, že ve všech případech začíná vystupovat do popředí aspekt sémantický a snahy o postižení mass-medií jako prostředku sdělení (message). Táž orientace začíná převládat také v USA (Mc Luhan: „The medium is the message“). Dochází zákonitě k pokusům o interdisciplinární, systémové analýzy obsahu sdělení s využitím semiologie, linguistiky, etnologie, kulturologie, srovnávací antropologie, kybernetiky atd. Přichází Berelson se svou knihou *Content Analysis in Communication Research*, kde definuje obsahovou analýzu jako „techniku výzkumu za účelem objektivního, systematického a kvantitativního popisu manifestního obsahu komunikace“ [Berelson 1952: 89].

Nehodláme se v této úvaze soustřeďovat na zevrubnou kritiku této nové vlny buržoazní sociologie masové komunikace. Jedno však budiž řečeno: že totiž — jak vysvětluje Berelsonovy definice informace — „content analysis“ není skutečným překonáním pozitivismu, ale pouze jeho metamorfózou. Do centra pozornosti se sice dostává obsah sdělení, ale nadále jde především o jeho popis, kvantifikaci a přitom sám obsah je většinou chápán především jako určitý druh, žánr, a tedy vlastně jako forma sdělení. Samo tíhnutí sociologického bádání tímto směrem je sice z heuristického hlediska signifikantní, avšak buržoazní sociologie tu ve svém celku nemůže než zůstat na půli cesty. Navíc tato nová „obsahová“ vlna je silně poznamenána metodologií technologického determinismu, který se v této souvislosti hlásí ke slovu v Mc Luhanově myšlence, že „společnosti byly přemodelovány vždy spíše povahou medií, jejichž prostřednictvím lidé komunikují, než obsahy této komunikace“.

Marxisticko-leninská teorie masové komunikace (právě tak jako teorie kultury) přirozeně považuje za podstatnou a přímo konstitutivní složku jejich působení obsah, smysl a společenský význam šířené informace. V citované práci *Masová informace v soudobém průmyslovém městě* se cirkulace informace od sdělovacích prostředků k „auditoriu“ (adresátům), a naopak od „auditoria“ (adresátů) k sdělovacím prostředkům sleduje ve třech rozměrech: 1. in-

tenzita dané činnosti (frekvence, pravidelnost kontaktů); 2. subjekt činnosti; 3. obsah činnosti (typy, druhy předávané informace). Měřítkem účinnosti tedy nemůže být například pouze počet představitelů populace, kteří se obrací se svými stanovisky k orgánům prostředků masové informace a propagandy, ale především obsah informace předávané respondenty. Jde navíc o hodnocení *obsahu* informační činnosti především ve vztahu ke skutečnosti, to znamená o *hodnocení jeho pravdivosti*.

To se netýká jen zpravodajství v užším slova smyslu, ale v různém stupni též podávání veškeré informace sdělovacími prostředky, které v celém svém diapazonu, jak jsme naznačili v souvislosti s prezentací umění či zábavou, mají nutně svoji kognitivní funkci podílející se na utváření světového názoru a životního postoje vnímatele. A právě v této souvislosti vystupuje do popředí třídění podstaty působení prostředků masové informace a propagandy v současném světě, spjatá se skutečností, že subjektem těchto prostředků je poprvé v dějinách společenská třída, jejíž dílčí zájem se důsledně kryje se zájmem lidského rodu a jejíž stranickost je totožná se zájmem objektivní vědecké pravdy.

Je pochopitelné, že stupeň aplikability kritéria pravdivosti je u různých druhů informace různý. Tak například u pořadů uměleckých narůstá váha *norem* a kritérií adekvátních pro posouzení jejich estetické i etické hodnoty, u jiných programů didaktické či instruktivní povahy vystupuje na prvním místě soulad jejich zaměření se strategickými a taktickými cíli socialismu ve všech přímých či zprostředkovaných vazbách na uskutečňování principů socialistického humanismu, na řešení rozporů tohoto realizačního procesu, na překonávání známých diskrepancí mezi tím, co jest, a mezi tím, co býti má a co postupně bude. Marxisticko-leninské řešení této rozporuplné problematiky má zásadní význam jak pro uskutečňování našich programových cílů, tak pro účinný boj proti všelikým odpůrcům. Jde o dvojjediný úkol, kde je nutno čelit pokusům o zneužívání historicky podmíněných rozporů reálného socialismu i tendencím vedoucím k jejich přehlížení. „Především je třeba respektovat,“ zdůraznil tajemník ÚV KSČ J. Fojtík, „že mezi programem, byť seberealističtější, a skutečností života vždy zůstává určitá diskrepance, z níž naši odpůrci budou vytrvale, a jak se ukazuje, stále vynalézavěji a houževnatěji čerpat své argumenty jak proti naší ideologii, tak proti naší praktické politice. Právě tato jejich aktivita vytváří někdy, dochází-li k přímé ideologické konfrontaci, tlak na retušování projevů odklonu praxe od teorie, jež by mohly dosvědčovat slabiny obou.“ [Fojtík 1982: 33].

Propaganda a cesty od šíření informace k činnému osvojování světa (Dialektika vztahu masového poznání a aktivity mas)

Do analýzy kategorií prostředků masové informace a propagandy je nutno zahrnout též jejich další významný komponent, a to funkci propagandistickou. Jde vskutku o nezastupitelnou složku sdělovacích prostředků, která pouze v socialistické společnosti je jen druhou stranou mince, na jejíž první straně je vyražena pravdivá informace. Propagandistická funkce sdělovacích prostředků je konsekvencí marxistického pojetí poznání, které nechce být jen interpretací, ale také revoluční změnou světa. Propaganda zde proto neznámá jen šíření pravdy (ve smyslu latinského slova *propagare*), ale též přesvědčování mas o nutnosti a cestě jejího prosazování v mnohotvárných životních činnostech.

Grušin, Onikov a kolektiv ve své práci podtrhují charakteristické rysy propagandistické funkce prostředků masové informace a propagandy, které v zestručnění zní takto:

1. hodnotící charakter sdělení,
2. vztah vyhlášených hodnot k oblasti ideologického života společnosti,
3. interiorizace, tj. — konkrétněji řečeno — osvojení, přijetí informace v podobě vlastního postoje.

Konkrétní náplň těchto rysů je třídní a přímo protikladná v závislosti na sociálně ekonomických a ideologických systémech. „Závažnými odlišujícími znaky socialistické propagandy, píší sovětsí autoři, je hluboce vědecká zdůvodněnost tvrzení a současně otevřené přiznání jejich třídního, stranického charakteru; spojení hodnot šířených propagandou s ideály komunistické společnosti; dosažení komunistického přesvědčení a aktivního životního i občanského postoje členů společnosti jakožto cíle výchovy atd.“ [Grušin—Onikov i koll. 1980: 25].

Spojení informační a propagandistické funkce v systému sdělovacích prostředků tedy, jak vidno, obsahuje výrazný hodnotící prvek, který může mít, jak se konstatuje v sovětské publikaci *Žurnalistika v političeskoj strukture obščestva*, naučný, mravní, etický charakter, ale ve své podstatě má charakter politický. Přispívá k vypracování obecného vztahu (pozitivního či negativního) k různým faktům společenského života, základního psychického a morálního postoje (ustanovky), společenského mínění a na ještě vyšší úrovni — světového názoru [Žurnalistika 1975: 39].

Propagandistická funkce systému prostředků masové informace a propagandy jako propaganda vůbec, včetně propagandy ústní, nesměruje k vytváření postoje pouze ve smyslu „nečinného postávání“, nýbrž sleduje vypracování postoje činnorodého. To je také podstata sovětského termínu žizněnnaja pozicija, který představuje jednotu principiální pozice a jí odpovídající akce, jednotu myšlení, slov a činů. Propaganda neznamená pouhé šíření, pouhou propagaci idejí, ale jejich přeměnu v materiální síly pokroku tím, že ovládnou masy. Propaganda a agitace je právě spojena svorníkem této orientace na uvědomělé jednání. Základní kritérium účinnosti v působení sdělovacích prostředků je právě tento činnostní efekt. Výzkumy potvrzují, že neexistuje automatická korelace mezi maximem informovaností o určité sféře (či oboru, druhu činnosti atd.) a mezi fakticky projevovanou aktivitou v této sféře (viz např. sport). Existuje určité optimum, určitý výběr podstatných informací, které za určitých okolností mohou podněcovat žádoucí aktivity. Vážným problémem je také známá diskrepance mezi vědomím (např. morálním, právním atd.) a jednáním nezanedbatelné části naší populace, která povětšinou nikterak nevyvěrá z nedostatečné informovanosti (např. neznalosti zákonů, předpisů, norem, nedostatků osvěty atd.), ale má příčiny jinde.

Sama cílová zaměřenost na určitou prezentaci informace, která by vyústila v požadovanou činnost, není co do svého modelu něčím, co by vyznačovalo kvalitativní odlišnost sdělovacích systémů v kapitalismu a socialismu. Také buržoazním sdělovacím prostředkům jde přirozeně o dosažení určitých efektů v rovině akční. To platí například zcela jednoznačně, pokud jde o stimulaci tržního a spotřebního chování populace, zatímco naproti tomu některé zásadní, pokrokové aktivity politické, veřejné a občanské jsou masově a programově „uspávány“. Je zde ovšem mimo jiné zásadní rozdíl v obsahu, smyslu a cílech sledovaného jednání a spolu s tím též v tom, že buržoazní sdělovací prostředky — na rozdíl od socialistických — chápou masu vnímatelů výhradně jako

objekt, a nikoli též jako subjekt komunikace. S tím souvisí jejich manipulační přístupy a praktiky, které navíc v mnohém usilují (v duchu behaviorismu) o působení na pudové, podprahové a emocionální složky člověka s dalekosáhlým vyloučením rozumu.

V podmínkách socialismu musí působení sdělovacích prostředků odpovídat rostoucí úloze faktoru uvědomělosti při přetváření a sebepřetváření člověka. To nebývalou měrou zvyšuje úlohu jejich světonázorové funkce (a to ovšem nikoli jen v nějakých specializovaných „osvětových“ pořadech, ale v celém průřezu jejich programu). Tím se ovšem také kladou rostoucí nároky na „vychovanost vychovatelů“, tj. na všestrannou světonázorovou úroveň pracovníků prostředků masové informace a propagandy a na dokonalou znalost obsahů a metod účinného vštěpování vědeckého světového názoru. Sociologické výzkumy vědeckého kolektivu vedeného V. Jadovem přesvědčivě dokázaly, že v prognóze, a tedy také regulaci chování lidí, jsou nejvýznamnějším faktorem takové dispoziční struktury a hlubinné vrstvy osobnosti, které jsou spjatý s názorem na svět, s pojetím smyslu života a s hierarchizací hodnot a potřeb. Tento faktor působí na jednání osobnosti podstatněji než například operativní znalosti osvojené v souvislosti s každodenními úkony profesionální praxe. Spojuje také určitý typ osobnosti v řezu, který lze vést (a nutno podle skutečných postojů a jednání vést) nikoli *mezi* profesionálními skupinami, ale *uvnitř* těchto skupin. Ve srovnání s jinými faktory má jeho působení na člověka dlouhodobější, nežřidka celoživotní vliv [Jadov 1979].

Při rostoucí úloze faktoru uvědomělosti *působí* v trojčlence uvědomění — potřeby — činnosti (resp. aktivní životní postoj) nikoli jednosměrný, ale vzájemný, dialektický vztah ve všech směrech. To má dalekosáhlý teoretický a také praktický význam pro činnost sdělovacích prostředků. Pochopení těchto vazeb totiž znamená také účinné využívání příslušných mechanismů napomáhajících v procesu překonávání prosté reprodukce osobnosti k jejímu rozvoji a rozšířené reprodukci i ke kultivaci (zušlechťování) lidských potřeb a činností. S ním souvisí také princip činného osvojování světa: poznání a informace přispívá k stimulaci jednání, avšak současně s tím má jednání (praxe) kardinální význam pro osvojování poznatků, pro jejich ověření a prohloubení.

Četné výzkumy z různých oborů naznačují platnost pravidla (tendence, či dokonce zákonité tendence), že aktivity plodí potřebu aktivity, a naopak pasivita vyvolává a fixuje potřebu nečinnosti. Potvrzuje se to například ve výzkumu pohybových aktivit a také endokrinologové zjistili, že v určitých hranicích plodí nadměrné přejídání potřebu se přejídat (a naopak) — přesně podle lidové sentence, že „s jídlem roste chuť“. Neplatí to však jen v oblasti biologicko-fyziologické. Toto pravidlo ještě výrazněji vyniká v souvislosti s rozvojem činností a potřeb veskrze společenských. Byla například vystopována vzájemná vazba mezi uvědoměním, potřebami a činnostmi lidí, kde v podmínkách budování rozvinutého socialismu vzrůstá význam uvědomělosti při utváření potřeb a podněcování žádoucích činností lidí, ale kde přitom také platí, že aktivní zapojování lidí do takovýchto činností (pracovních, politických, kulturních, vědeckotechnických, zájmových atd.) násobí a kultivuje potřebu takových činností a přispívá ke krystalizaci socialistického uvědomění. K podobným závěrům již dávno dospěla sovětská psychologie (A. N. Leontěv). Pochopení činnosti jako vůdčího principu má dalekosáhlý význam pro postihnutí smyslu a struktury osobnosti. Pod tímto zorným úhlem byly prozkoumány takové kategorie, jako jsou motivace, potřeby, hodnoty a v neposlední řadě dispozice individua i tzv. ustanovka, tj. ona vrstva osobnosti, která mobilizuje a usměrňuje stav, zaměření i jednání osobnosti jako celku (Uznadze a jeho škola).

Slovenský sociolog L. Macháček potvrdil tuto zákonitou tendenci ve výzkumu, který byl založen na komparaci postojů dvou skupin mládeže: jedné společensky angažované a druhé pasivní. Výsledky vyjevily významnou korelaci mezi společensky prospěšnou činností a fixací její potřeby, rozvojem potřeb dalších (zvyšování kvalifikace), rozvojem kulturních zájmů atd., a naopak negativní korelaci mezi těmito ukazateli u skupiny společensky neangažovaných [Macháček 1975]. Prakticky všude se také ukazuje, že studium vyvolává potřebu dalšího vzdělávání a že tato rostoucí potřeba se paprskovitě přenáší do oblasti jiných potřeb a aktivit. Souhrnně řečeno, spolu s pěstováním uvědomělosti cestou propagandy a osvěty nutno také vyvodit všechny závěry z takto sociologicky ověřené zásady: Zasiť čin a sklidiš návyk!

Toto zjištění má svůj dalekosáhlý význam jak pro akční zaměření výzkumů sdělovacích prostředků, tak zejména a především pro efektivnější akční orientaci jejich vlastní činnosti na účinnější podněcování strategických aktivit socialistického životního způsobu, k nimž patří především práce, veřejně prospěšná činnost spjatá s řízením společenských procesů na všech úrovních, a konečně účast na tvorbě, osvojování a uplatňování poznatků vědy a hodnot kultury [Vymětal 1977: 177]. Podíl prostředků masové informace a propagandy na rozvoji těchto aktivit — který má své dosud nevyčerpané možnosti a ovšem také své meze — je hlavním kritériem hodnocení jejich podílu na budování rozvinutého socialismu. Důraz na tyto činnosti ovšem neznamená přesycování programů slovním vzýváním uvedených aktivit a jejich formálním připomínáním. To, jak známo, nevede k cíli, ale působí záporně. Smysl tohoto závěru, potvrzeného mnoha výzkumy, předpokládá přeložit jej do specifického jazyka jednotlivých sdělovacích prostředků, promyslet vztahy mezi uvědomělostí a aktivitou a podtrhnout přitažlivými, novátorskými formami jejich společenskou funkci nejen cestou uspokojování zděděných potřeb, ale především jejich zušlechťováním. To znamená podněcovat klíčové aktivity nejen osvětou, ale také účinným a atraktivním organizováním třeba drobných, avšak konkrétních činů. Výzkumy, které spíše registrují míru identifikace publika s programy, a programy, které se snaží vyhovět nízké, anebo dokonce nejnižší normě — to je cesta nejlehčího odporu. Taková cesta ovšem vede nikoli k rozvoji osobnosti, nýbrž naopak může přispívat k jejímu ustrnutí, ba „zavijení“.

Socialistické sdělovací prostředky v samé podstatě svého určení v sobě sjednocují funkci odrazu skutečnosti s funkcí její řízené změny v duchu usnesení komunistické strany. Představují specifickou součást řízení tohoto procesu změny, kde ovšem samy nerozhodují, ale vykonávají na něj velký přímý i nepřímý vliv. Socialistická revoluce znamená počátek jejich zespolečenšťování, které — jak známo — nemůže být jednorázovým aktem. Stávají a budou se stále výrazněji stávat nejen nástrojem informace mas, ale také jejich sebevyjádřením, nástrojem poznání, v neposlední řadě poznání i sebepoznání socialistické společnosti, prostředkem upevňování socialistické státnosti cestou prohlubování účasti všech na jeho správě, mimo jiné také prostřednictvím osvojování si celého systému moderní informační techniky.

Informační imperialismus v čele s monopolem USA představuje nebezpečnou a technicky dobře vyzbrojenou protisílu. Působí přes hranice Spojených států různými kanály také na vědomí pracujících v zemích socialismu. Snaží se znést všude své vzory, využívá přežitků, nabádá k imitaci, k regeneraci buržoazního a maloburžoazního vkusu, pojetí života, pozůstatků komerčních kritérií, která v nižších etapách komunistické sociálně ekonomické formace působí ještě jak v ekonomice, tak v kultuře. Snaží se podvázat sebedůvěru

a činnost mas, zejména jejich odpor proti válce. Jeho působení proto představuje jeden z globálních světových problémů, problém „znečišťování vědomí a volného času pracujících“, problém otravování jejich životního způsobu zplodinami všeobecné, a tudíž i duchovní a mravní krize kapitalismu. Reálné překonání této hrozby, právě jako humanistické řešení všech globálních civilizačních problémů se týká jednak vytvoření předpokladů vědeckotechnických, jednak předpokladů sociálně politických [Frolov—Zagladin 1981]. Jedno bez druhého nestačí. V boji proti znečišťování komunikačních kanálů je možné a nutné trpělivě a houževnatě jednat za stoly diplomatů, novinářů i na půdě příslušných mezinárodních organizací. Je však třeba počítat s tím, že v této otázce bude stanovisko informačního imperialismu houževnatější, než je tomu například při řešení takových problémů, jako je čistota moří, řek, lesů či atmosféry. Je také nutno vidět, že sebedokonalejší komunikační technika v sebemasovějším vydání pro lidového uživatele nemůže změnit podstatu kapitalismu. Je v ní ovšem třeba spatřovat i zárodek jejího příštího využití v zájmu člověka. O této dvojznačnosti svědčí například produkce a použití poměrně širokého sortimentu kinotechniky, teletechniky, komunikační elektroniky, videofonů, krátkovlnných vysílaček apod., jež v USA představuje vedle zbrojního průmyslu jedno z odvětví, do něhož se nejvíce investuje. Západoněmecký časopis *Der Spiegel* před časem označil rozšíření amatérských krátkovlnných CB-vysílaček (Citizen Band) v USA za příchod „absolutně demokratického rozhlasu“. Umožňuje prý, aby si kterýkoli občan po večerech porozprávěl s prezidentovou chotí a vůbec uplatnil jakoukoli svoji aktivitu. Sám jeden z předních amerických sociologů A. Etzioni (autor knihy *Aktivní společnost*) se však cítil nucen označit takovou představu za iluzi a činnosti s ní spojené za „pseudoaktivitu“. Každý sice může vysílat program, jaký se mu zlíbí, hlásat názory, jaké se mu zachce, ale není to nic víc než mluvení do vzduchu. Také tato komunikační technika je svým využitím vpletena do přediva společenských vztahů, které fakticky deformují a karikují její velké možnosti. Tato jejich deformace souvisí jak se zřeteli komerčními, tak s třídním zájmem zahlcovat, uspávat masy pseudoinformací a pseudočinností, a dokonce zneužívat této techniky v rámci rostoucí a stále vynalézavější zločinnosti v doslovném i přeneseném slova smyslu. Totéž platí o zneužití k dokonalosti dovedené fototechniky, videotechniky apod. [2]

A přece právě tato moderní komunikační technika v sobě skrývá předpoklady uplatnění ve směru skutečného osvojení světa člověkem, a to v mnoha směrech. Umožňuje znásobit přínos a účast každého jednotlivce na utváření společenských procesů. Může posílit informační tok „odzdola“ „nahoru“ a tím prohloubit samosprávný princip v systému komunikace, kde přece skutečné zespolečenštění a osvojení všemi členy společnosti znamená nejen demokratizaci ústředních sdělovacích center, ale v duchu demokratického centralismu též masové rozšíření moderních technických a komunikačních prostředků, umožňujících každému zúčastnit se této komunikace co nejbezprostředněji a v dříve nemyslitelných formách. Tím se otevírají nové prostory nejen pro bezprostřední masový příjem informace (rozhodující pro další inovace v systému vzdělávání všech generací atp.), ale také pro její zveřejňování ve smyslu zvnějšňování každého skutečného individuálního přínosu. Dialektika masové komunikace, provázená po určitou dobu hrozbou a metlou uniformizace, se tak jednou dopracuje nových syntéz spojení kolektivismu s uplatňováním a

(2) Viz *Der Spiegel: Absolutně lidový rozhlas přichází* (1977, č. 35); *Le Nouvel Observateur: Pornografie — předváděcí děti* (1977, č. 681).

rozvojem neopakovatelné individuálnosti každé osobnosti také na poli jejího sebevyjádření.

Toto vše ovšem může moderní komunikační technika poskytnout člověku jen ve spojení se socialismem a komunismem. Další stupně realizace marxisticko-leninského programu předpokládají mimo jiné novátorské uplatnění této techniky jako prodloužení lidského rozumu a lidských smyslů. Teprve v tomto společenském kontextu se může lid stále všestranněji stávat subjektem těchto prostředků a zbavit je jejich přechodného odcizení tím, že si je osvojí skutečně jako pouhé prostředky. Spojením socialistických společenských poměrů s masovým rozšířením nových typů sdělovací techniky vznikne postupně předpoklad pro vskutku všelidovou podobu uskutečnění bytostné lidské potřeby „sdělit se“, podělit se s druhými o rozmanité informační bohatství, potřeby, která je v různé míře vlastní všem lidským bytostem — od Homéra po prostého českého bradýře popsaného K. H. Borovským v *Králi Lávrovi*.

V každém člověku bez výjimky — jak poznamenal Marx — doutná obrazně řečeno jiskra Raffaella. Proto také všechny obsahy lidského vědomí a jejich různé způsoby vyjádření jsou principiálně sdělitelné. Je jen otázkou historické perspektivy organického spojení vymožeností moderní vědy a techniky s přednostmi komunistické sociálně ekonomické formace, aby se tato principiální možnost stala reálnou skutečností v celospolečenském a celosvětovém měřítku. V této perspektivě také bude moderní komunikační technika hrát stále významnější úlohu v procesu rozvoje člověka člověkem cestou jeho stále bezprostřednějšího sebevyjadřování a seberealizace v mnohotvárných komunikačních aktech. Podobně jako moderní výrobní technika přispěje také soudobá a budoucí sdělovací technika k rozšíření času a prostoru pro rozvoj činnosti, v nichž je člověk nenahraditelný. Sdělovací technika však navíc umožní masovou prezentaci informace, která je přírodou založena a společensky rozvíjena a přetvářena v tzv. podstatě lidského rodu. Tím také přispěje k hlubšímu rozpoznání a stále mnohostrannějšímu uplatnění bytostných lidských sil.

Literatura

- Altmann, R.: In: *Bergedorfer Gesprächskreis zu Fragen der freien industriellen Gesellschaft*, Protokoll Nr. 23, Hamburg 1966.
- Berelson, B.: *Content Analysis in Communication Research*. Glencoe Press 1952.
- Dahrendorf, R.: *Die angewandte Aufklärung (Gesellschaft und Soziologie in Amerika)*. München, Piper 1963.
- Fojtík, J.: *Aktuální úkoly ideologické práce*. Otázky míru o socialismu 1982, č. 5.
- Frolov, I. — Zagladin, V.: *Obščije interesy čelovečestva*. Nauka i žizn 1981, No. 11.
- Grušin, B. — Onikov, L. i kol.: *Massovaja informacija v sovětskom promyšlennom gorodě*. Moskva, Politizdat 1980.
- Hahn, T.: *Geistige Prozesse als Gegenstand soziologischer Forschung*. In: *Aus dem wissenschaftlichen Leben des Instituts für marxistisch-leninistische Soziologie der Humboldt-Universität*. Berlin 1981.
- Horkheimer, M. — Adorno, T. W.: *Dialektik der Aufklärung (Philosophische Fragmente)*. Amsterdam 1947; II. vydání: Frankfurt am Main, Fischer 1969.
- Hudec, V.: *Základní otázky žurnalistiky*. Praha, Novinář 1975.
- Jadov, V. a kol.: *Samoreguljacija i prognozirovanije social'nogo povedenija ličnosti*. Leningrad, Nauka 1979.
- Lenin, V. I.: *Filozofické sešity*. Praha, Svoboda 1953.
- Macháček, L.: *Spoločenská aktivita pracujúcej mládeže*. Bratislava, Smena 1975.
- Novák, V. J.: *Evoluce sociálního způsobu života*. Československá fyziologie 1981, č. 6.
- Sokolov, E.: *Kul'tura i ličnost*. Leningrad, Nauka 1972.
- Tobolka, Z.: *Kniha, její vznik, vývoj a rozbor*. Praha, Orbis 1949.
- Vymětal, J.: *Soudobý boj idejí*. Praha, Novinář 1977.
- Žurnalistika v političeskoj strukture obščestva*. Moskva 1975.

Б. Филиппова - И. Филиппец: К некоторым вопросам о содержании, действии и исследовании массовых средств коммуникации

Растущая роль средств массовой информации и пропаганды проявляется в качественно отличных контекстах социально-экономических систем современного разделенного на антагонистические классы мира. Средства массовой информации и пропаганды сегодня в самом различном виде врываются в самые интимные сферы частной жизни человека, и наоборот, самые частные чувства и отношения делают предметом общественного зрелища. В условиях т. н. информационной эксплозии они могут содействовать как рациональному преодолению информационного шума, так и его умножению. Растет ответственность человечества за использование средств массовой информации и пропаганды и вместе с тем значение распознавания их сущности и воздействия; этому содействует, в частности, историкологический метод анализа категорий, конституирующих феномен массовой информации и пропаганды. Чтобы глубже понять этот феномен, необходимо подойти к нему не только как к системе технических средств, но и как к носителям послания с определенным содержанием, значением и смыслом. В понятие «информация» соответственно работе Грушина-Оникова и колл. (1980 г.) включаются все типы сообщений (посланий): сообщения корреспондентов, различные художественные жанры и виды искусства вплоть до развлечений и увеселений. Возражение против термина информация в связи с художественным творчеством вытекает из эстетского элитаризма, отрицание этого термина применительно к увеселительным программам связано с популизмом. Содержание информации, передаваемой средствами массовой информации и пропаганды во всех видах, прямо или косвенно воздействует на мировоззренческие и ценностные ориентации, положительно или отрицательно содействуя формированию личности. Поэтому анализ воздействия средств массовой информации и пропаганды и ориентация их исследования предполагают прежде всего проведение оценки взаимоотношения между информацией и действительностью, а также между информацией и действиями. Речь идет не только об эстетической оценке, но и — причем зачастую прежде всего — об оценке политической, моральной, а не в последнюю очередь гносеологической, познавательной, мировоззренческой.

Акцентирование пропагандистской функции средств информации связано с марксистско-ленинским пониманием надстроечных компонентов как активных отражений общественного бытия. Пропаганда означает не только распространение идей, она включает также их превращения в материальные силы, реализующиеся в многообразных жизнедеятельностях людей.

Основным критерием эффективности воздействия средств массовой информации и пропаганды является как раз этот эффект деятельности. Исследования подтверждают, что не существует автоматическая корреляция между максимумом информированности об определенной сфере и между фактически проявляемой активностью в этой сфере. Существует определенный оптимум, определенный выбор существенной информации, которая при определенных обстоятельствах может стимулировать желательную деятельность. Серьезной проблемой является также известное несоответствие между сознанием и поведением определенной части нашего населения, обусловленное как правило не недостаточной информированностью, а другими причинами.

При растущей роли фактора сознательности в трехчленной цепи «сознательность — потребности — деятельности» (т. е. активная жизненная позиция) действует не одностороннее, а взаимное, диалектическое отношение во всех направлениях. Понимание этих связей означает также действенное использование соответствующих механизмов, содействующих в процессе преодоления простого воспроизводства личности ее развитию и расширенному воспроизводству и культивированию (облагораживанию) потребностей и деятельностей человека. С этим связан также принцип активного освоения мира:

познание и информация содействуют стимулированию действий, но в свою очередь действия, практика имеют кардинальное значение для освоения знаний, их проверки и углубления.

Этот вывод имеет огромное значение как для ориентации исследований средств массовой информации и пропаганды на проблематику действий, так и прежде всего для более эффективной ориентации их собственной деятельности на более эффективное стимулирование стратегических видов деятельности социалистического образа жизни.

Социалистические средства информации по самой природе своего назначения сочетают в себе функцию отражения действительности с функцией ее управляемого изменения. В этом процессе они становятся и будут все более выразительно становиться не только инструментом информации масс, но и их самовыражением, средством укрепления социалистической государственности путем углубления участия всех в управлении государством, кроме прочего и посредством освоения всей системы современной информационно-технической.

Тем самым открываются новые возможности не только для непосредственного массового приема информации (имеющего решающее значение для дальнейших инноваций в системе образования всех поколений и пр.), но и для ее обнародования в смысле общественного приложения каждого индивидуального вклада. Таким образом, диалектика массовой коммуникации, в течение определенного времени сопровождаемая угрозой униформизации, приведет наконец к новым синтезам сочетания коллективизма с реализацией и развитием неповторимой индивидуальности каждой личности и в области ее самовыражения.

Подобно современной производственной технике, современная и будущая информационная техника будет содействовать увеличению времени и пространства для развития тех видов деятельности, в которых человек незаменим. Более того, техника информации позволит реализовать массовую презентацию информации, заложенную природой и развиваемую и преобразуемую обществом в т. н. сущности человеческого рода. Тем самым она будет содействовать более глубокому распознаванию и постепенно все более многостороннему применению существенных сил человека.

Summary

B. Filipcová — J. Filipec: Some Problems Concerning the Subject, Effect and Research of Mass Media

The increasing role of the mass information and propaganda media finds its expression in qualitatively different contexts of the socio-economic systems of the present class-divided world. Nowadays, the mass media invade in diverse forms the most intimate spheres of human privacy on the one hand and, on the other, present the most private feelings and relations as a public show.

In the conditions of the so-called information explosion, these media can contribute both to a rational clearance of information noise and to its multiplication. The responsibility of mankind for the utilization of mass media and simultaneously the importance of recognizing their substance and effect increase; they are supported particularly by the historical-logical method of analysis of the categories constituting the phenomenon of mass information and propaganda. A more profound cognition of this phenomenon presupposes to approach it not only as a system of technical media but simultaneously as the carriers of a message with a certain content, meaning and sense. Following the work of Grushin — Onikov et al. (1980), all types of communication (message) ranging from news service, different artistic genres and kinds of art up to amusement and distraction are included in the concept of information. The objection raised against the term of information in connection with artistic creation originates from a sort of elitism; the refusal of this term in relation to distraction programmes is connected with populism. The content voiced in all its forms in a direct or mediated way by mass media affects the conception of the world and value orientations and thus it positively or negatively contributes to personality formation.

For this reason, an analysis of the effect of mass media and the orientation of their research primarily require an evaluation of the information-reality and information-action relationships. Not only aesthetic evaluation, but often rather political, moral and — last but not least — epistemological, cognitive conception of the world evaluation is concerned.

Stress laid on the propaganda function of communication media is connected with the Marxist-Leninist conception of super-structure components as active reflexions of social being. Propaganda does not only mean the dissemination of ideas but it also involves their changes into material forces asserting themselves in multivarious life activities.

It is just this activity effect which is the basic criterion of effectiveness in the influence of mass media. The respective research surveys have proved that there is no automatic correlation between the maximum of informedness about a certain sphere and the factually shown activity in this sphere. There exists a certain optimum, a certain selection of essential information by which desired activities can be stimulated under certain conditions. A serious problem is also presented by the well-known discrepancy between consciousness and action of a significant part of our population which mostly does not originate from insufficient informedness but has its causes elsewhere.

While the role of the factor of consciousness is growing, there is no one-way relationship but a dialectic interrelationship and effect in all directions acting in the tripartition consciousness — needs — activities (and/or active life attitude).

The comprehension of these relationships also involves an effective utilization of the respective mechanisms contributing to the personality's development and expanded reproduction in the process of surpassing simple reproduction, as well as the cultivation of human needs and activities. The principle of the appropriation of the world is also connected with that fact: cognition and information contribute to the stimulation of action but simultaneously action, practice, is of cardinal importance for the acquirement of knowledge, for its verification and deepening.

This finding is of far-reaching significance both for the action orientation of research into mass media and first and foremost for the more effective action orientation of their own influence on the more effective stimulation of strategic activities of the socialist way of life.

The socialist communication media unify within themselves — in the very substance of their specification — the function of reflexion of reality with the function of its controlled change. In the course of this process, they become and will ever more markedly become not only an instrument of mass information but also a self-expression of the masses, a support of socialist statehood growing from all citizens' participation in public affairs and in the whole system of modern information.

Thus new spaces are opened not only for the immediate mass reception of information (decisive for further innovations in the educational system for all generations, and the like) but also for its propaganda in the sense of the exteriorization of any individual contribution. The dialectics of mass communication accompanied for a certain time by the menace and scourge of uniformity will once lead to new syntheses of linking collectivism with the assertion and development of unrepeatability of any personality in the field of its self-expression as well.

Like in the case of modern production technology, the present and future communication technique will also contribute to the expansion of time and space for the development of those activities in which man is irreplaceable. Moreover, the communication technique will facilitate a mass presentation of information which is established by the nature and socially developed as well as transformed in the so-called substance of man. In this way it will also contribute to a more profound distinction and a gradual, ever more extensive development of essential human forces.